

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza postojů zahraničních studentů ke studiu
Analysis of Foreign Student Attitudes towards Studies

Student: Bc. Viktorie Šmajstrlová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Tereza Prešnajderová, Ph.D.

Ostrava 2017

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Viktorie Šmajstrlová**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6208T062 Marketing a obchod**
Téma: **Analýza postojů zahraničních studentů ke studiu**
Analysis of Foreign Student Attitudes towards Studies
Jazyk vypracování: **čeština**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska spotřebitelských postojů
 3. Charakteristika internacionalizace na EkF VŠB-TU Ostrava
 4. Metodika shromažďování dat
 5. Analýza výsledků výzkumu
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

KOUDELKA, Jan. *Spotřební chování*. Praha: Oeconomica, 2010. 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1.
KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
VYSEKALOVÁ, Jitka et al. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3.

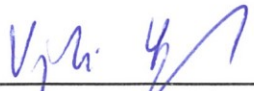
Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí diplomové práce: **Ing. Tereza Prešnajderová, Ph.D.**

Datum zadání: 18.11.2016

Datum odevzdání: 21.04.2017




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 21.4. 2017


.....

Viktorie Šmajstrlová

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Tereze Prešnajderové, Ph.D. za cenné rady a odborné připomínky, které mi při vypracovávání této práce velmi pomohly.

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoretická východiska spotřebitelských postojů	6
2.1	Úvod ke spotřebitelskému chování.....	6
2.2	Postoje	6
2.2.1	Struktura postojů	8
2.2.2	Více atributivní modely postojů	10
2.2.3	Formování postojů.....	13
2.2.4	Utváření postojů	14
2.2.5	Funkce postojů	15
2.2.6	Změny postojů.....	16
2.2.7	Měření postojů.....	18
3	Charakteristika internacionalizace na EkF VŠB-TU Ostrava	20
3.1	Charakteristika programu Erasmus+	20
3.1.1	Vývoj programu Erasmus+	21
3.1.2	Erasmus+ na vysokých školách.....	22
3.1.3	Další možnosti studia v zahraničí.....	24
3.1.4	Statistiky programu Erasmus+	25
3.2	Internationalizace na EkF VŠB-TUO	27
3.2.1	Statistiky internacionalizace na EkF VŠB-TUO	30
4	Metodika shromažďování dat.....	34
4.1	Přípravná fáze	34
4.2	Realizační fáze.....	37
5	Analýza výsledků výzkumu.....	39
5.1	Ekonomická fakulta a VŠB-TUO	39
5.1.1	Postoje k Ekonomické fakultě před výjezdem	39
5.1.2	Postoje k nabídce kurzů pro zahraniční studenty	40
5.1.3	Postoje ke studiu na EkF ve vztahu k domovské univerzitě	41
5.1.4	Postoje ke službám International Office	42
5.1.5	Postoje k zázemí fakulty	43
5.1.6	Postoje k možnostem ubytování.....	44
5.1.7	Postoje k možnostem stravování	45
5.1.8	Celkové vnímání Ekonomické fakulty	46
5.2	Česká republika a Ostrava	48

5.2.1	Postoje k destinaci zahraničního pobytu	48
5.2.2	Postoje k České republice	50
5.2.3	Postoje k Ostravě.....	52
5.2.4	Celkové vnímání Ostravy	56
5.3	Hodnocení zahraničního pobytu	58
5.4	Motivace a benefit studia v zahraničí	58
6	Návrhy a doporučení	60
6.1	Ekonomická fakulta a VŠB-TUO	60
6.2	Česká republika a Ostrava	64
7	Závěr	67
	Seznam použité literatury.....	69
	Seznam zkratk	73
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	

1 Úvod

Tato diplomová práce se zabývá problematikou studia v zahraničí. V současné době mají mladí lidé téměř neomezené možnosti, jak v zahraničí studovat. Kromě kompletních studijních programů v cizích jazycích, které umožňují studentům z celého světa studovat téměř na jakékoli světové univerzitě, krátkodobých výměnných pobytů nebo dobrovolnických stáží, se jedná především o program Erasmus+, který využívá stále zvyšující se počet studentů z Evropy.

Erasmus+ a další programy pro studium v zahraničí umožňují zahraničním studentům nahlédnout do systému výuky cizí země, studovat v angličtině, poznat kulturu dané země a mnoho nových lidí z celého světa, získat větší samostatnost a v neposlední řadě cestovat. Erasmus+ tedy obohacuje studenty o mnoho nových zkušeností a zážitků a málokdo z nich přijede zpět do své rodné země jako zcela stejný člověk.

Ekonomická fakulta VŠB-TUO se aktivně zapojuje do programu Erasmus+ a dalších programů, které umožňují českým studentům studovat na zahraničních univerzitách nebo pracovat v rámci stáží ve firmách dané země. Mimo to ale Ekonomická fakulta nabízí také studium zahraničním studentům. Ti přijíždějí na fakultu nejen ze všech koutů Evropy, ale také z celého světa. Počet zahraničních studentů na Ekonomické fakultě se každým rokem zvyšuje a svědčí nejen o rostoucí popularitě studijních nebo pracovních pobytů v zahraničí, ale také o rostoucí popularitě Ekonomické fakulty.

Zahraniční studenti si před svým odjezdem do cílové země pečlivě vybírají dané město a univerzitu podle mnoha kritérií. Na jejich výběr má vliv kromě jejich osobních preferencí také image dané univerzity a fakulty, dostupnost informací, komunikace univerzity a fakulty a mnoho dalšího. Zahraniční studenti si na základě tohoto všeho tvoří postoje, které se poté podle jejich vlastních zkušeností mohou vyvíjet a měnit.

Cílem této práce je identifikace postojů zahraničních studentů ke studiu na Ekonomické fakultě a k pobytu v Ostravě, jejich následná analýza a odhalení negativních postojů. Na základě analýzy také nastínění návrhů a doporučení, které by mohly vést ke změně negativních postojů zahraničních studentů k pobytu na Ekonomické fakultě v Ostravě. Marketingový výzkum pro zjištění daných postojů bude prováděn metodou focus group a doplněn dotazníkovým šetřením.

2 Teoretická východiska spotřebitelských postojů

2.1 Úvod ke spotřebitelskému chování

Spotřebitelské chování zahrnuje důvody, které vedou spotřebitele k užívání určitého zboží či služby, způsoby, jakými to provádějí a také vlivy, které tento proces doprovázejí. [7]

Spotřebitelské chování ovlivňují psychické procesy, kterými se projevují duševní vlastnosti spotřebitele. Individuální skladba těchto vlastností vytváří charakter spotřebitelovy osobnosti a u každého spotřebitele je odlišná. [11]

K pochopení spotřebitelského chování jsou důležité pojmy jako vnímání, pozornost, učení, paměť a zapomínání, potřeby a motivace. Ve spotřebitelském chování je významná integrační funkce osobnosti a utváření charakteristických vzorců chování, jde tedy o odpovědi spotřebitele na různé situace a díky tomu možnost predikce jejich chování. [11]

Každý spotřebitel má obrovské množství postojů vůči výrobkům, službám, internetu, reklamám či maloobchodu. Pokaždé, když se nás někdo zeptá na náš názor ohledně výrobku, služby, obchodu, přímého obchodníka nebo reklamního tématu, musíme vyjádřit naše postoje. [4]

2.2 Postoje

„Postoj je naučený sklon chovat se shodně příznivě nebo nepříznivě vzhledem k danému předmětu.“ [4, s. 252]

Postoje jsou hodnotící soudy, jak dobře nebo špatně, příznivě nebo nepříznivě, příjemně nebo nepříjemně spotřebitel shledává konkrétní osobu, místo, věc nebo záležitost. Hodnotící soudy mají dvě hlavní složky, a to *směr* (pozitivní, negativní nebo neutrální) a *extrémnost* (slabá, mírná nebo silná). Postoje často vycházejí z přesvědčení a názorů. Pokud spotřebitel věří, že výrobek nebo služba má mnoho znaků, které splňují jejich požadavky, je pravděpodobné, že si vytvoří pozitivní postoj. [5]

Postoje nejsou přímo pozorovatelné, ale jsou odvozovány z toho, co lidé říkají nebo dělají. Všechny záležitosti jako doporučení druhým, hlavní pozice, názory spotřebitelů, závěry a záměry jsou s postoji spojeny. [4]

Postoje vznikají prostřednictvím poznávacího procesu a navazují na procesy učení, k nimž mohou vést nebo je podmiňovat. Postoje jsou tedy relativně stálými tendencemi, které

odpovídají na určitou skupinu podnětů nebo na určité osoby ustáleným způsobem. Znamenají připravenost osoby jednat určitým způsobem. Spotřebitel si vytváří postojové sítě, ve kterých jsou některé postoje centrální, tedy zásadní, a některé mohou mít pouze vedlejší význam. [1, 6]

Ne všechny postoje jsou vytvářeny stejným způsobem. Spotřebitelé vytvářejí některé své postoje se silným přesvědčením a některé naopak se slabým. Silné postoje mají tendenci být rychle vyvolatelné z paměti, jsou udržovány s vysokým sebevědomím a nízkou nejistotou a vysoce korelují s přesvědčeními. Silné postoje je těžké změnit a mají velký vliv na ostatní úsudky a chování. Takovéto postoje jsou kognitivně konzistentní. Slabé postoje jsou poměrně těžce vyvolatelné z paměti, jsou udržovány s nízkým sebevědomím a vysokou nejistotou. [5]

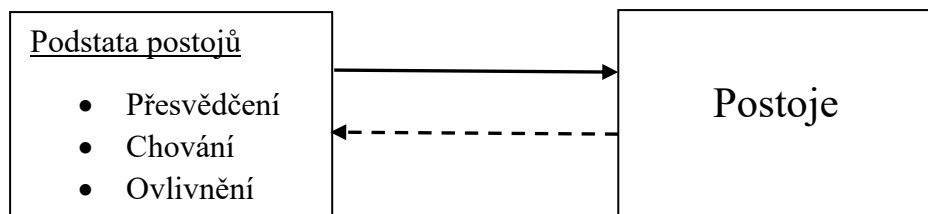
Postoje zjednodušují život, díky jejich existenci se nemusíme v každé situaci znovu orientovat, hodnotit ji a zvažovat, jak ji vyřešit. Postoje tedy vytvářejí stereotyp orientace, což přináší určité nebezpečí. Změny postojů jsou totiž složité právě z toho důvodu, že jsou postoje stálé. [1]

Zannův a Rempelův model

Zanna a Rempel vytvořili teorii, která navrhuje, že postoje mohou být založeny na *přesvědčení*, *chování* nebo *vlivu* v podobě pocitů, nálad či emocí. Podle autorů této teorie mohou samotné postoje ovlivnit nebo změnit přesvědčení, chování nebo vliv (pocity, nálady). Jinými slovy řečeno jde o reciproční vztah mezi postoji a samotnou podstatou postojů. Příznivé postoje vedou spotřebitele k tomu, aby se soustředili na příznivá přesvědčení spíše než na nepříznivá přesvědčení. Příznivé postoje také vedou spotřebitele k tomu, aby se soustředili na pozitivní pocity spíše než na ty negativní. [5]

Postoje mohou být založeny na přesvědčeních a domněnkách především tehdy, když spotřebitelé považují sami sebe za znalé a informované o daném předmětu postoje. Postoje mohou být ale také založeny na přesvědčeních jiných lidí, a to především v případě, kdy se spotřebitel považuje za méně znalého a informovaného. [5]

Také nálada může ovlivnit tvorbu postoje, i v takovém případě, kdy nemá co do činění s daným předmětem postoje. Například slunečný den může přinést spotřebitelům tak dobrou náladu, že budou předmět postoje hodnotit příznivěji. [5]



Obr. 2.1: Reciproční vztah mezi postoji a jejich podstatou

Zdroj: [5]

Předmět postoje

Předmět postoje je definován velmi široce. Může se jednat o výrobek, kategorii výrobků, značku, službu, majetek, příčiny nebo otázky, lidi, reklamu, médium, použití výrobku, internetovou stránku nebo maloobchodníka a další. [4]

Postoje jsou naučené a vycházejí z přímé zkušenosti s výrobkem, slovní informací obdržené od známých nebo shlédnutí reklamy v masmédiích a dalších formách přímého marketingu. Postoje můžou vyplývat z chování, ale nejsou pro něj synonymem. Spíše pouze odrážejí příznivé nebo nepříznivé hodnocení předmětu postoje. Postoje mohou také působit na spotřebitele motivačně, tzn., že ho mohou hnát nebo naopak odpuzovat od určitého chování. [4]

Postoje jsou relativně soudržné, což znamená, že jsou v určité míře shodné s chováním, které odrážejí. Postoje se ale stále mění a stejně jako na chování na ně působí a ovlivňují je různé situační vlivy. Události nebo podmínky v určitou dobu ovlivňují vztah mezi postojem a chováním. Dané situační podmínky mohou zapříčinit to, že se spotřebitel bude chovat způsobem, který nemusí být ve shodě s jejich postojem. Postoje spotřebitelů se tedy liší od situace k situaci. Když tedy postoje chceme měřit, musíme zvážit situaci, ve které se dané chování uskutečnilo. V opačném případě můžeme interpretovat vztah mezi postojem a chováním špatně. [4]

2.2.1 Struktura postojů

Postoje se skládají ze tří základních složek, které jsou vzájemně provázané. Jedná se o složku kognitivní, afektivní a konativní.

Složka kognitivní se skládá z lidského poznávání, postoje tedy v tomto případě vznikají na základě přímé zkušenosti, získaných vědomostí a vjemů. Říká nám, že v každém postoji hraje určitou roli znalost o daném předmětu postoje. [4, 6]

Složka emoční zahrnuje spotřebitelovy emoce a pocity ohledně výrobku nebo služby. Tato složka nám říká, do jaké míry stanovuje jednotlivec předmět postoje jako oblíbený či neoblíbený, dobrý či špatný. Zahrnuje pocity jako štěstí, smutek, odpor, zlobu, ale také například překvapení. Emoční složka může pohánět nebo zesilovat kladné či záporné zkušenosti a zároveň pozdější vzpomínky na tyto zkušenosti mohou mít vliv na to, co spotřebiteli přijde na mysl a jak bude jednat. [4, 6]

Složka konativní představuje sklon k jednání určitým směrem, tedy buď směrem k objektu nebo od něj. Tato složka může zahrnovat samotné chování spotřebitele, ve kterém podstupuje určitou činnost určitým způsobem s ohledem na předmět postoje. [4, 6]

Všeobecně se lidé snaží udržet rovnováhu mezi emoční a kognitivní složkou. Pokud mezi nimi nastane rovnováha, celkový postoj je stabilní. Subjekty mají tendenci slučovat jednotlivé složky postojů tak, aby složky navzájem nebyly v rozporu. Problémem, jak se spotřebitel vyrovnává s rozporem mezi postojem a chováním a jak ho tato nevyrovnanost postoje motivuje k snížení rozporů, se zabývá kognitivní disonance (viz dále). [6]

U každého postoje mají tedy jednotlivé složky postojů různou váhu a může tak převažovat kognitivní nebo citová složka. Je podstatné, že spotřebitelé se liší především v rozsahu, v jakém určité postoj zastávají. [6]

Jedná se o tyto úrovně:

Nízká intenzita postoje zastávána s nízkým zaujetím: v tomto případě pomáhá postoj k získání odměny nebo vyhnutí se trestu. Takový postoj je nestabilní a je možné ho změnit marketingovými aktivitami.

Identifikační úroveň postoje: postoj navazuje na identifikaci s určitou referenční skupinou.

Internalizace postoje: daný postoj je zastáván s vysokým zaujetím a stává se součástí vysokých úrovní v žebříčku hodnot spotřebitele. Jedná se o centrální postoj. [6]

Hierarchie efektů

Tri roviny postojů bývají někdy vysvětlovány v rámci hierarchie efektů. Podle této teorie se celkový postoj spotřebitele ve vztahu k jednání formuje tak, že se nejprve musí naplnit kognitivní úroveň, poté emoční a následně konativní, která předchází vlastnímu jednání.

V reálném životě však takováto hierarchie vůbec není pravidlem, a tak bývá tato teorie zpochybňována. [6]

2.2.2 Více atributivní modely postojů

Existuje celá řada modelů, které se zabývají postoji z různých hledisek. Jedná se například o model postoj k předmětu, model postoj k chování nebo teorii odůvodněného jednání. [4]

Model postoj k předmětu (model očekávání-hodnota)

Tento model je vhodný k měření postojů vzhledem ke kategorii výrobků nebo služeb. Postoj spotřebitele je v tomto modelu vnímán jako funkce přítomnosti či nepřítomnosti vlastností a vyhodnocení těchto vlastností a názorů. Znamená to tedy, že spotřebitelé si vytvářejí příznivější postoje k těm značkám, o kterých věří, že mají adekvátní úroveň vlastností, které hodnotí jako kladné, a naopak nepříznivější postoje k těm značkám, které podle nich nemají adekvátní úroveň daných vlastností. [4]

Model postoj k chování

V tomto modelu je individuální postoj k chování nebo jednání, které souvisí s předmětem postoje, důležitější než samotný vztah k předmětu. Zdůrazňuje tedy více vlastní chování než postoj k předmětu. [4]

Teorie odůvodněného jednání

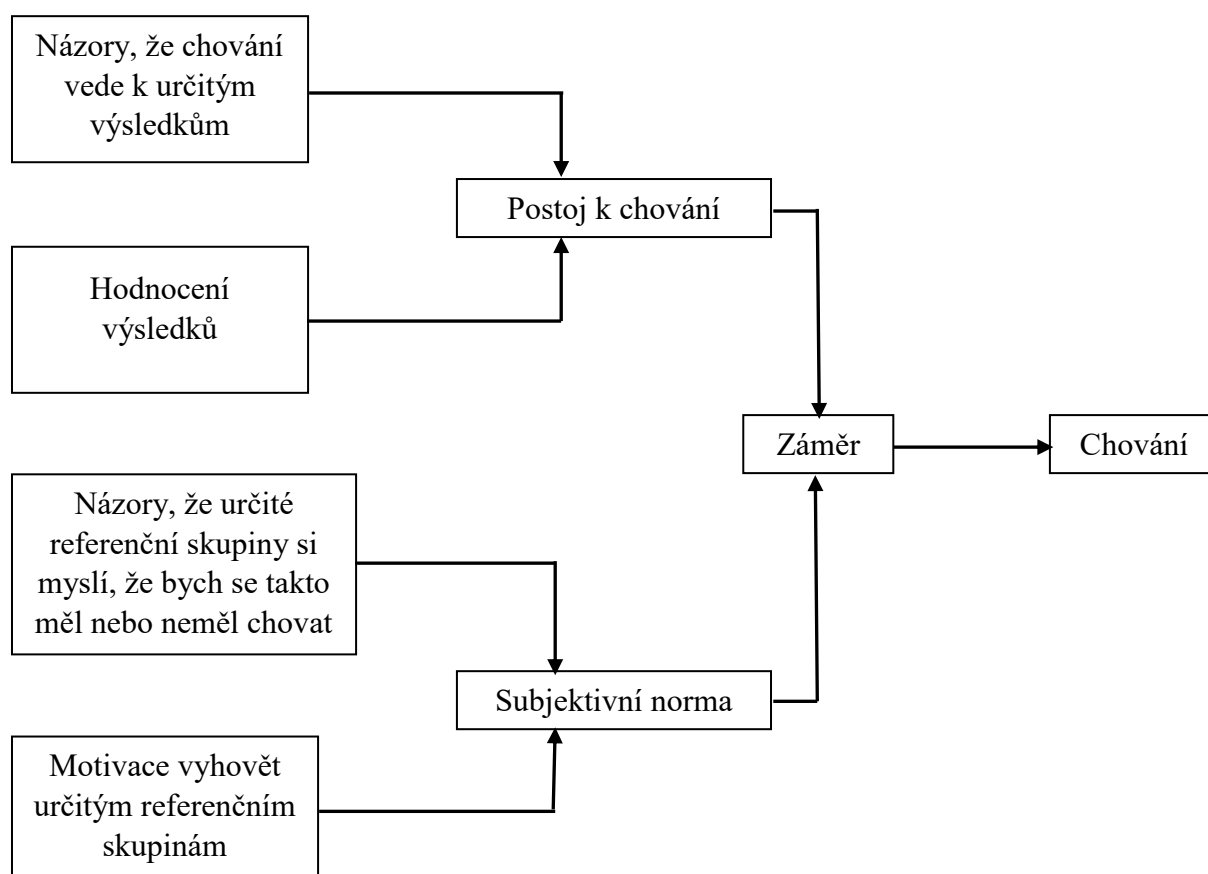
Tato teorie spojuje tři základní složky postoje – kognitivní, emoční a konativní – a uspořádává je jinak než základní model. Model je rozšířen o tzv. subjektivní normu, která ovlivňuje spotřebitelův záměr. Subjektivní norma představuje spotřebitelův názor, že si určití členové referenční skupiny myslí, že by se spotřebitel daným způsobem měl nebo neměl chovat a také motivaci těmto referenčním skupinám vyhovět. Subjektivní normu je možné měřit určením spotřebitelových pocitů. Tento model navrhuje myšlenku, že postoje se formují přidáváním (sčítáním) jednotlivých přesvědčení dohromady, jedná se tedy o aditivní model. [4,5]

Pokud se tedy množství příznivých přesvědčení zvyšuje, zvyšuje se také množství příznivých postojů. Pro vypočítání postoje spotřebitelé násobí své přesvědčení s hodnocením každého atributu a jednotlivé výsledky poté sčítají. Tento model také předkládá myšlenku, že marketéři mohou změnit spotřebitelské postoje tím, že změní jejich přesvědčení o tom, zda

je daný atribut přítomný ve značce, změnou ohodnocení, zda je atribut důležitý, nebo obojím. Tato teorie také navrhuje, že postoje ovlivňují záměry, které následně ovlivňují chování a také to, že více je lepší: se zvyšováním počtu příznivých atributů rostou také příznivé postoje. [4, 5]

Subjektivní normy jsou koncepčně nezávislé na postojích k chování. Spotřebitelé mohou mít příznivé postoje k určitému chování, ale vnímat sociální tlak, aby se daným způsobem nechovali. Naopak mohou mít negativní postoje k chování a příznivé subjektivní normy nebo se mohou tyto dva prvky shodovat. [8]

Cílem teorie odůvodněného jednání je zkoumat vztah mezi postoji a chováním založenými na dvou základních principech: principu kompatibility a behaviorálním záměru. Teorie odůvodněného jednání je prediktivní model a je používán v mnoha různých oblastech, jako například v bankovníctví, vzdělávání a odvětvích, kde je potřeba předpovídat spotřebitelovy činy na základě konkrétních kritérií. [9]



Obr. 2.2: Schéma teorie odůvodněné akce

Zdroj: [4]

Teorie plánovaného chování

Teorie plánovaného chování rozšiřuje teorii odůvodněného jednání a bere v úvahu míru řízení chování spotřebitele. Mnoho interních a externích faktorů může narušit nebo naopak usnadnit chování spotřebitele. Jedná se například o míru, v jaké spotřebitelé drží nezbytné informace, mentální a fyzické schopnosti a dovednosti, dostupnost sociální podpory, emoce, potřeby, přítomnost nebo absence externích bariér a překážek. Spotřebitelé by měli být schopni plnit své záměry do té míry, do jaké jim to umožňují informace, inteligence, dovednosti, schopnosti a další interní faktory, a také do té míry, do jaké jsou schopni překonat externí překážky, které mohou zasahovat do chování. *Skutečná míra řízení chování* zmírňuje efekt záměrů na chování. [8]

Vnímané řízení chování označuje míru, do jaké spotřebitelé věří, že jsou schopni chovat se určitým způsobem. Vnímané řízení může mít přímý efekt na chování, ale také může chování nepřímo ovlivňovat svým efektem na záměry. [5, 8]

Podle teorie plánovaného chování je spotřebitel veden třemi typy faktorů. Jedná se o:

- Z paměti snadno vyvolatelné přesvědčení o pravděpodobných výsledcích chování a ohodnocení těchto výsledků, tzv. behaviorální přesvědčení.
 - Z paměti snadno vyvolatelné přesvědčení o normativních očekáváních a jednání důležitých referenčních skupin a motivace vyhovět těmto skupinám, tzv. normativní přesvědčení.
 - Z paměti snadno vyvolatelné přesvědčení o přítomnosti faktorů, které mohou zmírnit nebo ztížit chování a vnímaná síla těchto faktorů, tzv. řídicí přesvědčení.
- [8]

Behaviorální přesvědčení vede k tvorbě příznivých nebo nepříznivých postojů k chování, normativní přesvědčení vede k vnímání sociálního tlaku nebo k tvorbě subjektivní normy a řídicí přesvědčení zvyšuje vnímanou kontrolu chování. To vše vede k formulaci záměrů chování. Obecně platí, že čím příznivější jsou postoje a subjektivní normy a čím větší je vnímané řízení chování, tím silnější je spotřebitelův záměr chovat se určitým způsobem. Obecně se předpokládá, že záměry jsou předchůdcem chování a že chování je řízeno záměry. Tato domněnka implikuje silný vztah mezi záměry a chováním a také skutečnost, že změny v záměrech jsou následovány změnami v chování. Záměry mohou být také předpovídaný z postojů, subjektivních norem a vnímaného řízení chování. [8]

Přesvědčení snadno vyvolatelné z paměti se mohou měnit v čase. Tato skutečnost umožňuje vysvětlit často pozorovanou neshodu mezi záměry a samotným jednáním. V daném čase, kdy spotřebitel formuje své záměry, je ovlivněn přesvědčeními, které jsou v tomto čase snadno vyvolatelné z paměti. Samotné chování ale nastává později a v daném novém čase mohou spotřebitele ovlivňovat jiná přesvědčení než předtím – může tak formovat jiné záměry. [8]

Teorie integrace informací

Tato teorie navrhuje myšlenku, že k formování postojů jsou přesvědčení průměrovány dohromady. Říká také, že méně je více. Marketéři by se podle ní měli zaměřit pouze na ty nejlepší atributy jejich výrobků nebo služeb, protože atributy s nižším než průměrným hodnocením snižují celkové hodnocení. Teorie integrace informací odhaduje, jak důležité jsou atributy na základě celkového hodnocení postoje a individuálního hodnocení atributů. Celkové hodnocení nižší než nula indikuje nepříznivé postoje, zatímco celkové hodnocení větší než nula indikuje příznivé postoje. Aby se celkové hodnocení postoje zvyšovalo, musí spotřebitelé hodnotit každý nový atribut jako důležitý a zároveň také jako pozitivní. [5]

2.2.3 Formování postojů

Postoje se formují na základě různých faktorů, mezi které patří především informační zdroje, členství v určitých sociálních skupinách, širší sociální prostředí, zkušenosti nebo snaha uspokojit potřebu. [6]

Postoje mohou formovat následující prvky:

Rodina: Rodina představuje referenční skupinu, která souvisí s vysokou korelací preferencí, tzn., že velmi ovlivňuje preference a postoje samotného spotřebitele. Rodina nám poskytuje řadu našich základních hodnot a názorů.

Přátelé: Další významnou referenční skupinou při formování postojů jsou přátelé. Ti souvisí především s výrobkovou symbolikou.

Informace: Zde se jedná především o formování postoje. Tento proces se může ubírat nesprávným směrem, pokud spotřebitel nemá dostatek informací.

Zkušenost: Postoje jsou často výsledkem vlastních zkušeností. Uspokojení vede ke vzniku a posílení kladných postojů, v případě neuspokojení dochází naopak k tvorbě postojů záporných.

Osobnost: Formování postojů závisí také na jedincově osobnostních rysech. Extravagantní jedinec bude mít příznivější postoj k výstředním výrobkům apod.

Hodnotový systém jedince: K postojům se bezprostředně váže hierarchie osobních hodnot. Příkladem může být tvorba příznivého postoji ke značce v případě reklamy na kávu, která zdůrazňuje hodnotu domova.

Potřeby a jejich aktuálnost: Pokud dojde k neuspokojení nějaké potřeby, může to vést k ovlivnění postoje či vzniku postoje nového.

Vysvětlení jevu: Lidé mají určitou potřebu přisoudit pozorované chování nějaké příčině. Tato myšlenka je založena na atribuční teorii postoje.

Chování ostatních: Tento prvek se týká tendence lidí utvářet své postoje na základě porovnávání svých postojů s postoji jiných. [6]

2.2.4 Utváření postojů

Utváření postojů představuje situaci, ve které dochází k přechodu od absence postoje k danému předmětu k vytvoření určitého postoje. V situaci, kdy spotřebitel hledá řešení svého problému nebo uspokojení nějaké potřeby, má sklon utvářet si postoje k předmětům na základě informací a svém vlastním poznání, tedy vědomostech a názorech. Platí, že čím více informací spotřebitel má, tím je větší pravděpodobnost, že si bude vytvářet postoj k danému předmětu, ať už kladný nebo záporný. Spotřebitelé ale často využívají pouze omezený počet dostupných informací. Při utváření postojů jsou tedy většinou důležité pouze dva nebo tři názory o předmětu postoje a méně důležité názory neposkytují mnoho dalších podnětů k vytvoření postoje. [4]

V důsledku vystavení spotřebitele reklamě si spotřebitel formuje různé pocity a dojmy, které ovlivňují nejen jeho postoj k reklamě, ale především jeho názory na danou značku, a nakonec také postoj k dané značce. Z části souvisejí postoje také s určitými skupinami, sociálními událostmi nebo věcmi. Pokud tedy zdůrazníme vztah spotřebitele k těmto prvkům, můžeme změnit také samotný postoj k výrobku či službě. Příkladem může být sociální aktivita firmy. [4]

Míra zapojení spotřebitele

Pokud je daná záležitost nebo situace podstatná a důležitá, následuje ji vysoká míra spotřebitelského zapojení. Spotřebitelé důkladně přemýšlejí o dostupných informacích. Pokud je záležitost nebo situace naopak nepodstatná a nedůležitá, zapojení spotřebitele je nízké

a spotřebitel uvažuje o informacích velmi málo. Zapojení spotřebitele v konkrétní záležitosti se nazývá *stálé zapojení*. Druhý typ zapojení spotřebitele se nazývá *situační zapojení*. V tomto případě je jakýkoliv význam, který si spotřebitel vytvoří v konkrétní situaci, pomíjivý. Když situace skončí, spotřebitelské zaujetí odpovídajícím způsobem klesá. Pokud je rozhodnutí důležité nebo závažné, situační zapojení je typicky vysoké a je pravděpodobné, že spotřebitelé budou důkladně uvažovat o daném rozhodnutí. Naopak pokud je rozhodnutí nedůležité, situační zapojení je nízké a není pravděpodobné, že by spotřebitelé uvažovali o rozhodnutí důkladně. [5]

2.2.5 Funkce postojů

Postoje nám pomáhají orientovat se v mnoha životních situacích a slouží i k orientaci při spotřebním rozhodování. Funkčním přístupem k postojům vyjadřujeme sledování postojů z hlediska jejich funkcí pro jedince. [6]

Mezi hlavní funkce postojů patří:

Funkce utilitářská: Pomocí postojů dokáže jedinec dosáhnout svého hledaného užitku. Např. pokud se jedinec domnívá, že je nízkokalorický obsah u jogurtu důležitý, bude se tím při výběru jogurtu řídit.

Funkce sebeobranná: Postoje napomáhají spotřebitelům uchránit svou sebe identitu. Tato funkce je důležitá u výrobků nesoucích symbolický význam, ale také u výrobků s fyzickým rizikem.

Funkce vyjadřující hodnotu: Pomocí postojů dokáže jedinec vyjadřovat své osobní hodnoty. Příkladem může být uznání či obdiv ostatních. Spotřebitel, který je považuje za své osobní hodnoty, bude mít kladné postoje k výrobkům, jež tomu mohou napomoci.

Funkce ocenění majetku, tzv. znalostní funkce: Postoje pomáhají jedincům se tříděním podnětů a jejich následnou interpretaci. Pomáhají tak organizovat jeho znalost trhu a jedná se o funkci, která vstupuje do selektivnosti vnímání. Tuto funkci lze ukázat na příkladu politického marketingu. Pokud má jedinec kladný postoj k určité politické straně, pomůže mu tento postoj utřídit si novou informaci o některém dalším jedinci, který je také členem dané strany. [6]

2.2.6 Změny postojů

Změny postojů jsou poměrně složitou a nesnadnou záležitostí. Důvodem k tomu je skutečnost, že postoje představují stálé tendence a není je tedy lehké změnit. Teorie chování a její uplatnění ve výzkumu vnímá postoje jako prvky, ze kterých můžeme odhadovat pravděpodobné budoucí chování subjektu. [1]

Některé postoje jsou centrální a některé mají spíše okrajový význam, některé jsou obecné a některé specifické. Všechny tyto aspekty mají vliv na snahy o změnu postojů. [6]

Změny postojů rozlišujeme na:

Kongruentní: Zde se jedná o změnu ve stejném směru, tedy například orientace z kladného na velmi kladný postoj.

Inkongruentní: Zde se jedná o změnu směru, tedy ze záporné na kladnou orientaci. Tyto změny jsou o poznání nákladnější na marketingové výdaje než změny kongruentní. [6]

Změna postoje závisí na:

- zaujetí,
- informovanosti o nabídce,
- centrálnosti postoje,
- provázanosti daných postojů navzájem,
- osobnosti spotřebitele,
- konzistentnosti postoje,
- možnosti reciprocity,
- vzácnosti,
- autoritě zdroje (respekt k osobě, která přináší informace jako základ pro změnu postoje),
- oblibě, sklonu souhlasit s určitými oblíbenými osobami,
- souladu s postoji ostatních. [6]

V souvislosti se změnami postoje se uvádí dvě polohy:

Centrální dráha se váže k situaci změny postoje, ve které je spotřebitel motivován a schopen zpracovat odpovídající informace. Spotřebitel aktivně hledá informace, které se vztahují k předmětu postoje. Dokáže zvážit argumenty marketingového sdělení a podle něj změnit nebo nezměnit daný postoj. Případná změna má trvalejší charakter. [4, 6]

Periferní dráha představuje způsob změny postoje, při kterém se daný postoj napojuje na jiný již existující postoj spotřebitele zapojením emotivních přístupů apod. V takovém případě se spotřebitel nezaměřuje na informace o předmětu postoje a změna postoje je způsobena druhotnými popudy, jako například atraktivními odbornými zdroji a doporučeními (spotřebitelé v takovém případě raději věří těmto doporučením, než aby sami trávili čas přemýšlením o attributech a benefitech předmětu postoje), pozitivní náladou nebo pocity apod. Tato změna má krátkodobější charakter. [4, 5, 6]

Teorie centrální a periferní dráhy říká, že fakta a důvody jsou důležité, pokud se spotřebitelé řídí centrální dráhou přesvědčení, ale ne v případě periferní dráhy přesvědčení. Znamená to tedy, že spotřebitelé využívají různé typy informací v závislosti na tom, zda se řídí centrální nebo periferní dráhou. Centrální dráha vede spotřebitele k tvorbě silných postojů, periferní dráha naopak k tvorbě slabých postojů. [5]

Heuristický/systematický model

Tento model také navrhuje dva typy cest k přesvědčení. Pokud je zapojení spotřebitelů vysoké a spotřebitelé jsou schopni důkladně uvažovat o předmětu postoje, následují *systematickou cestu* k přesvědčení. V takovém případě analyzují informace na základě jejich relevance k postoji a integrují všechny relevantní informace do postoje. [5]

Pokud je zapojení spotřebitelů malé a spotřebitelé nejsou schopni důkladně uvažovat o předmětu postoje, následují *heuristickou cestu* k přesvědčení. Využívají tzv. mentální zkratky, které jim umožňují rychle vytvářet postoje. Příkladem této cesty k přesvědčení je myšlenka, že většina má obvykle pravdu. [5]

Některé okolnosti mohou napomoci ke změně postoje v příznivém směru. Jedná se například o tyto okolnosti:

- Posílení dosavadního postoje je snadnější než jeho změna.
- Snadnější je změnit domněnky o výrobku či službě než významnost požadovaných užitků a vlastností. Změnit domněnky je také snadnější než změnit pocity.
- Změna postoje je snadnější v případě, že se spotřebitel vyznačuje nízkým zaujetím, nízkou sebeidentifikací či citovým propojením s předmětem postoje.
- Snadněji se mění postoje slabé než ty silné.
- Snadněji se mění postoje těch spotřebitelů, kteří jsou nejistí a méně si věří.

- Snadněji se mění postoje, které jsou založené na nejasných, dvojznačných nebo méně pochopitelných informacích. [6]

Kognitivní disonanční teorie

Tradiční pojetí postojů říká, že spotřebitelé si utvářejí postoje před tím, než provedou nějakou činnost. Dle *kognitivní disonanční teorie* může nastat jistá neshoda, pokud má spotřebitel protichůdné názory na předmět postoje. Jedná se o to, že spotřebitelé mohou často po výběru značky cítit kognitivní disonanci ve chvíli, kdy si uvědomí jedinečnost a pozitivní vlastnosti značky, kterou si nevybrali. V takovém případě mohou být znepokojeni ze svých předchozích názorů nebo činů. Tyto pocity mohou spotřebitele přimět změnit své postoje takovým způsobem, aby byly shodné s jejich vlastním chováním. Kognitivní disonance pohání spotřebitele k tomu, aby zmírnili tyto nepříjemné pocity vytvořené konkurencí pomocí zdůvodnění svého rozhodnutí či přesvědčování sebe sama o správnosti svého rozhodnutí. [4]

Spotřebitel se v případě kognitivní disonance snaží zmírnit její následky jednou ze tří možností: odstraněním samotné kognitivní disonance, přidáním nové souhlasné kognice nebo zmírněním důležitosti kognitivní disonance. [10]

Kognice jsou prvky vědomí, které spotřebitelé mají o svém chování, postojích a prostředí. Teorie kognitivní disonance předpokládá, že dva druhy kognic spolu mohou souviset nebo nesouviset. Pokud spolu souvisí, jsou buď shodné nebo neshodné. Shoda nastává, pokud jedna kognice vyplývá z jiné a nesouhlas nastává v případě, kdy jedna kognice vyplývá z opačné kognice. [10]

Teorie přisuzování

Teorie přisuzování se snaží vysvětlit, jakým způsobem lidé určují příčinnou souvislost mezi událostmi na základě svého vlastního chování nebo chování ostatních. Základní otázkou v této teorii je *proč* (Proč jsem to udělal/a?). Jedná se tedy o způsob utváření postoje a jeho změny pomocí zasahování do vlastního chování nebo do chování druhých. Jinými slovy, spotřebitelé si utvářejí své postoje na základě toho, jak se dívají a soudí své vlastní chování. [4]

2.2.7 Měření postojů

Postoje mohou být měřeny pomocí sémantického diferenciálu nebo také Likertovy škály (buď místo sémantického diferenciálu nebo jako jeho doplnění). Data získána z výzkumu postojů jsou velmi užitečná. Firmy využívají tato data pro určení atributů, které jsou pro

spotřebitele nejdůležitější. Firmy tak mohou tyto informace využít k vyvíjení lepších produktů a služeb, efektivnější propagaci a kampaním. Firmy také využívají získána data pro diagnostikování slabých stránek předmětu postoje a pro předpovídání budoucí poptávky. [5]

3 Charakteristika internacionalizace na EkF VŠB-TU Ostrava

3.1 Charakteristika programu Erasmus+

Erasmus+ je vzdělávacím programem, který funguje pod záštitou Evropské unie pro období 2014-2020. Tento program podporuje spolupráci a mobilitu ve všech sférách vzdělávání, ale také v odborné přípravě, v oblasti sportu, mládeže a neformálním vzdělávání (zde se jedná o aktivity mimo školní vzdělávací systém, založený především na dobrovolnictví). [13]

Cílem programu Erasmus+ je zvýšit kvalitu a přiměřenost kvalifikací a dovedností. Dvě třetiny peněžních prostředků, kterými program disponuje, jsou ve formě stipendií určeny pro více než 4 milióny osob za účelem studia, odborné přípravy, práce či dobrovolnické činnosti v zahraničí. [13]

Účastníky programu mohou být studenti, učitelé, učni, dobrovolníci, vedoucí mládeže a funkcionáři amatérských sportovních organizací. [13]

Program Erasmus+ je rozdělen do tří klíčových akcí:

1. Vzdělávací mobilita jednotlivců
2. Spolupráce na inovacích a výměna osvědčených postupů
3. Podpora reforem vzdělávací politiky [13]

Programu Erasmus+ se mohou zúčastnit tyto země:

Programové země

- členské státy EU (28),
- členské státy Evropského hospodářského prostoru – Norsko, Island, Lichtenštejnsko,
- Turecko, bývalá jugoslávská republika Makedonie. [13]

Partnerské země

- Arménie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Gruzie, Moldávie, Ukrajina,
- Alžírsko, Egypt, Izrael, Jordánsko, Libanon, Libye, Maroko, Palestina, Sýrie, Tunisko,

- Albánie, Bosna a Hercegovina, Kosovo, Černá Hora, Srbsko,
- Rusko. [13]

Některé části programu Erasmus+ jsou dostupné dalším partnerským zemím z celého světa. [13]

Mobility lze realizovat v těchto oblastech:

- **Školní vzdělávání (MŠ, ZŠ, SŠ):** Zde se jedná o vysílání pracovníků mateřských, základních a středních škol do zahraničí s cílem jejich profesního rozvoje.
- **Odborné vzdělávání:** Umožňuje žákům středních odborných škol, učilišť, vyšších odborných škol, absolventům těchto škol a osobám zaměstnaným v organizacích aktivních v oblasti odborného vzdělávání a přípravě nebo osobám odpovědným za odborné vzdělávání a přípravu vyjet na zahraniční praktickou stáž do podniků, odborných škol nebo organizací, které se zabývají odborným vzděláváním a přípravou.
- **Mládež:** Zahrnuje projekty mezinárodních výměn mládeže jako je například Evropská dobrovolná služba. Jedná se především o praktické stáže, ale také semináře, školení, studijní návštěvy a vytváření partnerství.
- **Vysokoškolské vzdělávání:** Jedná se o mezinárodní mobility vysokoškolských studentů a zaměstnanců s cílem podpory jejich profesionálního a osobního rozvoje.
- **Vzdělávání dospělých:** Tyto projekty se zaměřují na mezinárodní mobility pracovníků organizací, kteří pracují v oblasti vzdělávání. Má za cíl podporu profesního rozvoje prostřednictvím výukových programů, vzdělávacích kurzů nebo stáží v zahraniční partnerské organizaci. [14]

3.1.1 Vývoj programu Erasmus+

Program Erasmus prošel za dobu své existence od roku 1987 řadou změn. V prvním roce jeho fungování se do něj zapojilo 11 zemí a studijní pobyt v zahraničí absolvovalo 3 244 studentů. V roce 1995 se program Erasmus stal součástí vzdělávacího programu Sokrates. Aktivita programu se rozšiřovaly o mobility pedagogů a také projekty mezinárodní spolupráce mezi vysokými školami. V roce 2007 byl program součástí Programu celoživotního učení, který byl schválen na léta 2007-2013. V roce 2013 byl přijat návrh o sloučení programu Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius, Grundtvig, Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink

a programu spolupráce s průmyslově vyspělými zeměmi do nového programu Erasmus+ na období 2014-2020. Název Erasmus+ má evokovat širší škálu příležitostí, která přináší prospěch více lidem. V České republice funguje program Erasmus+ již 19 let (od roku 1998) a od té doby umožnil vycestovat do zahraničí desetitisícům studentů. [18, 20, 32]

Program Erasmus+ má za cíl vytvořit více příležitostí pro studium, stáže a dobrovolnictví pro miliony Evropanů, zavést nové financování v oblasti sportu, jazykovou podporu vzdělávání pro všechny účastníky a silnější mezinárodní dimenzi s větším množstvím příležitostí ke studiu v celosvětovém měřítku. [33]

Program Erasmus+ dosahuje rozpočtu 14,7 miliard eur, což je o 40 % více než u minulých programů. Umožňuje tak více než 4 milionům osob získat finanční podporu na studium, stáž, práci nebo dobrovolnickou činnost v zahraničí. Program poskytuje také prostředky pro partnerství mezi školami, podniky a neziskovými organizacemi. Erasmus+ také podporuje sportovní aktivity prostřednictvím činností zaměřených na získávání, výměnu a šíření zkušeností. Program se silněji soustřeďuje na zlepšování pracovních vyhlídek mladých lidí, a tedy snižování nezaměstnanosti mladých, a také na podporu programů pro lidi s omezenými možnostmi. [30, 33]

3.1.2 Erasmus+ na vysokých školách

Program Erasmus+ podporuje na vysokých školách tyto typy mobility:

1. Mobility studentů

- Studijní pobyt
- Praktická stáž

2. Mobility zaměstnanců

- Výukové pobyty
- Školení [15]

Grantové prostředky

O grant programu Erasmus+ mohou požádat vysokoškolské instituce a instituce, které nabízejí odborné vzdělávání nebo přípravu na úrovni terciárního vzdělávání. Instituce musí vlastnit platnou listinu programu Erasmus pro vysokoškolské vzdělávání, tzv. Erasmus Charter for Higher Education. [15]

Grant se skládá z následujících rozpočtových položek:

1. Pro vysílající školu

- *Náklady na organizaci mobility* – tyto náklady slouží ke krytí režijních nákladů, které přímo souvisejí s mobilitami, zahrnují také jazykové a kulturní přípravy.

2. Pro studenty

- *Stipendium* – jedná se o příspěvek na cestovní a pobytové náklady v případě studijního pobytu nebo praktické stáže v zahraničí.

3. Pro zaměstnance

- *Příspěvek na pobytové náklady* – tento příspěvek slouží ke krytí nákladů, které souvisí se zahraničním pobytem.
- *Příspěvek na cestovní náklady* – tento příspěvek je určen na krytí nákladů na cestování účastníka programu z místa pobytu do místa konání mobility.

4. Pro studenty a zaměstnance se specifickými potřebami

- *Náklady na účastníky se specifickými potřebami* – jedná se o dodatečné náklady na podporu osob se specifickými potřebami. [15]

Studijní pobyt

Studijní pobyt se může uskutečnit na jakékoliv vysokoškolské instituci v programové nebo partnerské zemi. Pobyt může být dlouhý 3-12 měsíců a jeho realizace se výhradně opírá o platné meziinstitucionální dohody mezi vysílající a přijímací vysokoškolskou institucí. [16]

Praktická stáž

Praktická stáž se může uskutečnit v zahraničním podniku nebo organizaci v programové zemi v délce 2-12 měsíců. Realizace praktické stáže probíhá na základě trojstranné dohody mezi studentem, vysílající vysokoškolskou institucí a přijímací organizací. Přijímací organizací může být jakákoliv veřejná nebo soukromá organizace, která působí na trhu práce nebo v oblasti vzdělávání, odborné přípravy a práce s mládeží, může se ale také jednat například o neziskovou organizaci, mimo instituce Evropské unie. [16]

Nově Erasmus+ umožňuje také absolventské stáže, které je třeba uskutečnit do jednoho roku od ukončení studia (včetně délky stáže) na vysoké škole. [16]

Student může absolvovat studijní pobyt nebo praktickou stáž v maximální celkové délce 12 měsíců za jeden studijní cyklus (bakalářský, magisterský, doktorský). [16]

3.1.3 Další možnosti studia v zahraničí

Studenti mohou kromě programu Erasmus+ využít také dalších možností, jak studovat v zahraničí. Jedná se například o program CEEPUS, který patří mezi hojně využívané programy, studenti ale mohou individuálně také využít nabídky různých stipendií a grantů organizací a agentur jako například AKTION, DAAD, Fulbrightova komise a další. [12]

Program CEEPUS

CEEPUS (Central European Exchange Program for University Studies) je střeoevropským výměnným univerzitním programem, který se zaměřuje na spolupráci regionů v rámci sítě univerzit a je tedy další možností, jak mohou zahraniční studenti studovat v České republice. [12]

Dohodu o programu CEEPUS podepsaly tyto země: Albánie, Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Černá Hora, Česká republika, Chorvatsko, Maďarsko, Makedonie, Moldavsko, Polsko, Rakousko, Rumunsko, Slovensko, Slovinsko, Srbsko, univerzity Priština, Prizren a Peja v Kosovu. [12]

Spolupráce programu se realizuje na základě mezinárodní dohody CEEPUS III. Tento program je určen pro pregraduální studenty od ukončeného druhého semestru, postgraduální studenty a také akademické pracovníky veřejných vysokých škol a soukromých vysokých škol se statutem obecně prospěšné společnosti. Studenti mohou získat stipendium v rámci sítě vysokých škol zapojených do programu nebo také individuálně jako freemovers. Stipendium je určeno na ubytování a stravování, je vypláceno hostitelskou zemí a jeho výše je v každé zemi zapojené do programu odlišná. [12]

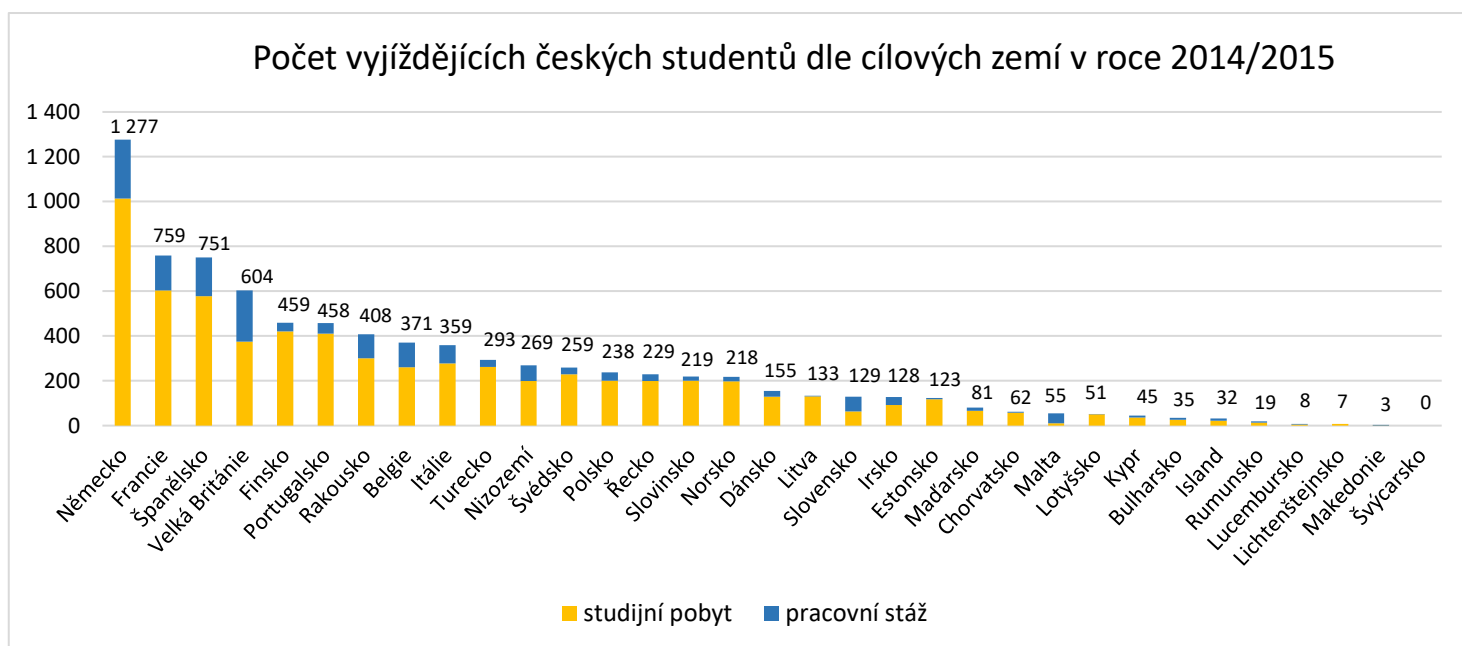
Vysoké školy, které jsou do programu zapojeny, spolupracují na řešení odborné problematiky v rámci projektů univerzit. Minimální délka zahraniční stáže jsou 3 měsíce, maximální délka je 10 měsíců. Možný je ale také pobyt kratší než 3 měsíce, takovýto pobyt ale musí zájemce zdůvodnit ve své přihlášce. [29]

3.1.4 Statistiky programu Erasmus+

Dle statistik Evropské komise vyjíždí na Erasmus+ nejvíce účastníků z Francie, Německa a Španělska. Nejvíce účastníků přijímá Španělsko, Německo a Velká Británie. Od roku 1987, kdy program Erasmus vznikl, stihl podpořit 9 miliónů osob, z toho 5 miliónů studentů, učňů a dobrovolníků, zbytek tvořili zaměstnanci a mládež. V prvním roce fungování využilo program pouze 3 200 vysokoškolských studentů, kteří vyjeli do 11 zemí. V dnešní době jej využívá 300 000 vysokoškolských studentů ročně ze 33 zemí. Kromě zemí Evropské unie jsou do programu zapojeny také Turecko, Norsko, Island, Lichtenštejnsko a bývalá jugoslávská republika Makedonie. [20]

V roce 2015 umožnil Erasmus+ 678 000 osob studium, odbornou přípravu, práci a dobrovolnickou činnost v zahraničí. V témže roce investovala Evropská unie do projektů 2,1 miliardy eur. Evropská unie tak úspěšně směřuje k cíli, který si na roky 2014 až 2020 vytyčila, a tím je poskytnout v tomto období podporu 4 miliónům osob ve výši 14,7 miliardy eur. Navíc v roce 2015 vysokoškolské instituce vyslaly nebo přijaly více než 28 000 studentů a pracovníků z mimo evropských zemí. Statistiky také uvádějí velký přínos programu Erasmus+; 94 % účastníků uvádí, že se jejich dovednosti zlepšily a 80 % věří, že jim pobyt zvýšil jejich pracovní příležitosti. [20]

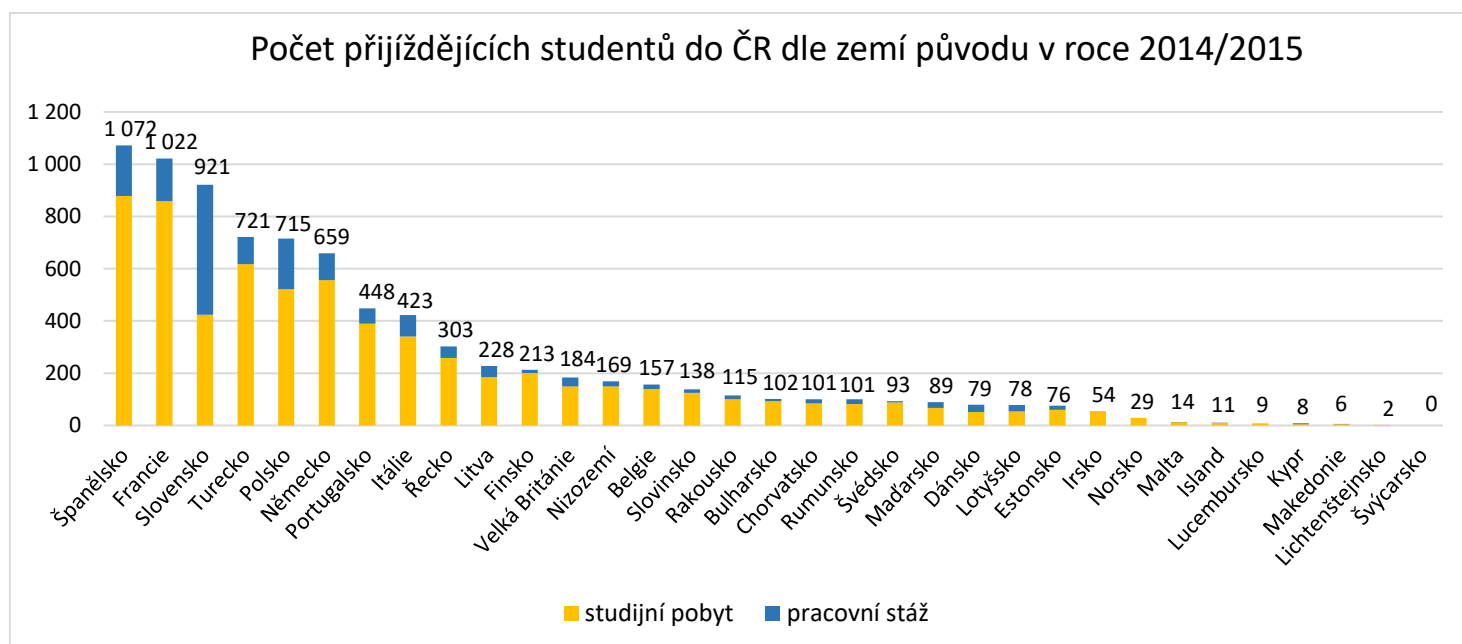
Za svou dobu existence se program Erasmus stal jedním z nejúspěšnějších programů Evropské unie. Za posledních 30 let se stal stěžejním programem, který se značně rozšířil. Nabízí nejen možnost studijních pobytů a stáží, ale také učňovské přípravy studentům vysokých škol i odborného vzdělávání nebo příležitosti pro výměny mládeže, dobrovolnickou činnost a výměny zaměstnanců ve všech oblastech vzdělávání, odborné přípravy, mládeže a sportu. [20]



Obr. 3.1: Počet vyjíždějících českých studentů dle cílových zemí v roce 2014/2015

Zdroj: [17], vlastní zpracování

Na Obr. 3.1 můžeme vidět, že nejvíce českých studentů v akademickém roce 2014/2015 vyjelo na zahraniční pobyt do Německa (1 277 studentů). Druhou nejčastější destinací byla Francie (759 studentů), těsně ji následuje Španělsko (751 studentů) a poté Velká Británie (604 studentů). Nejméně studentů míří v rámci programu Erasmus+ za studiem nebo pracovní stáží do Švýcarska (0 studentů), Makedonie (3 studenti), Lichtenštejnska (7 studentů) a Lucemburska (8 studentů). Do většiny zemí, které jsou zapojeny do programu Erasmus+, míří více českých studentů za studiem než za pracovní stáží. Výjimkami jsou Slovensko (64 studentů na studijním pobytu a 65 na pracovní stáži), Malta (11 studentů na studijním pobytu a 44 na pracovní stáži) a Makedonie (1 student na studijním pobytu a 2 na pracovní stáži).



Obr. 3.2: Počet přijíždějících studentů do ČR dle zemí původu v roce 2014/2015

Zdroj dat: [17], vlastní zpracování

Na Obr. 3.2 můžeme vidět, že nejvíce zahraničních studentů v akademickém roce 2014/2015 přijelo do České republiky ze Španělska (1 072 studentů), Francie (1 022 studentů) a Slovenska (921 studentů). Naopak nejméně zahraničních studentů pocházelo ze Švýcarska (0 studentů), Lichtenštejnska (2 studenti), Makedonie (6 studentů) a Kypru (8 studentů). Stejně jako na Obr. 3.1 vidíme, že většina studentů využívá program Erasmus+ ke studijnímu pobytu. Kromě Slovenska, odkud přijelo do České republiky 424 studentů na studijní pobyt a 497 studentů na pracovní stáž, převažuje u všech zemí studijní pobyt.

3.2 Internacionalizace na EkF VŠB-TUO

Ekonomická fakulta se snaží expandovat s velkým množstvím předmětů vyučovaných v cizím jazyce, které jsou dostupné jak pro zahraniční studenty, tak pro ty české. Zahraniční studenti si mohou vybrat z jednotlivých předmětů vyučovaných v angličtině, ale také z kompletních studijních programů. Tato alternativa jim umožňuje studovat kompletní bakalářský, magisterský nebo doktorský program v angličtině. Obory studijních programů Ekonomika a management a Systémové inženýrství a informatika lze studovat také v němčině. [22]

Zahraniční studenti mají tedy několik možností, jak studovat na EkF. Jedná se o:

1. Program Erasmus+, bilaterální dohody a tzv. freemovers

Výměnní studenti si mohou vybrat ze široké nabídky kurzů všech oborů v angličtině, některé kurzy také v němčině a španělštině.

2. Kompletní studijní programy pro zahraniční studenty [22]

Erasmus+

Erasmus+ umožňuje studovat na Ekonomické fakultě studentům, jejichž domovská univerzita patří do partnerských univerzit EkF a zároveň jsou zapojeny do programu Erasmus+ (tzn. musí vlastnit platnou listinu programu Erasmus pro vysokoškolské vzdělávání). [24]

Bilaterální dohody

Bilaterální dohody umožňují zahraničním studentům z partnerských univerzit studovat na EkF i v tom případě, že tyto univerzity nejsou zapojeny do programu Erasmus+. Je nutné, aby se zahraniční student přesvědčil o tom, že jeho domovská univerzita má platnou dohodu s VŠB-TU Ostrava nebo přímo s Ekonomickou fakultou. Na rozdíl od studentů z nepartnerských univerzit nemusí studenti z partnerských univerzit hradit poplatky za studium. [23]

Studenti z nepartnerských univerzit, tzv. freemovers

Studenti studující na univerzitách, které nepatří mezi partnerské, mohou krátkodobě studovat na EkF, toto studium ale nemůže být delší než jeden akademický rok. Přijetí těchto studentů závisí čistě na rozhodnutí dané fakulty, která si stanoví pravidla zahrnující také poplatky za studium. [25]

Kompletní studijní programy pro zahraniční studenty

Zahraniční studenti mají možnost studovat na Ekonomické fakultě kompletní studijní programy v rámci bakalářského, magisterského a doktorského studia. Ekonomická fakulta jim umožňuje studovat tyto programy:

- bakalářský program Eurospráva,
- bakalářský program Finance,
- magisterský program Finance,

- magisterský program Marketing a obchod,
- magisterský program Národní hospodářství,
- doktorské programy Ekonomie, Systémové inženýrství a informatika, Hospodářská politika a správa, Ekonomika a management. [27]

Partnerské univerzity EkF VŠB-TUO

Ekonomická fakulta spolupracuje s řadou zahraničních univerzit z Evropy, ale také z dalších částí světa. Studenti Ekonomické fakulty mohou studovat na těchto zahraničních univerzitách, a naopak zahraniční studenti, kteří mají zájem o studium na Ekonomické fakultě VŠB-TUO, mohou pocházet z těchto daných univerzit.

Jedná se o zahraniční univerzity z těchto států:

Belgie, Bulharsko, Černá Hora, Čína, Estonsko, Finsko, Francie, Hongkong, Chorvatsko, Irsko, Island, Itálie, Japonsko, Korea, Kypr, Litva, Lucembursko, Maďarsko, Německo, Nizozemí, Norsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Rusko, Řecko, Singapur, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švýcarsko, Taiwan, Turecko, Ukrajina, Velká Británie. [28]

Přínos zahraničního pobytu

Studium v zahraničí přináší zúčastněným celou řadu nových kompetencí zahrnujících zlepšení jazykových dovedností, které jsou poté oceněny budoucími zaměstnavateli, nebo schopnost porozumět rozdílným kulturám, což pomáhá studentům stát se více nezávislými a kulturně znalými. V případě zahraniční stáže získávají lepší přehled a porozumění jiným ekonomikám a mohou si také osvojit specifické dovednosti. [3]

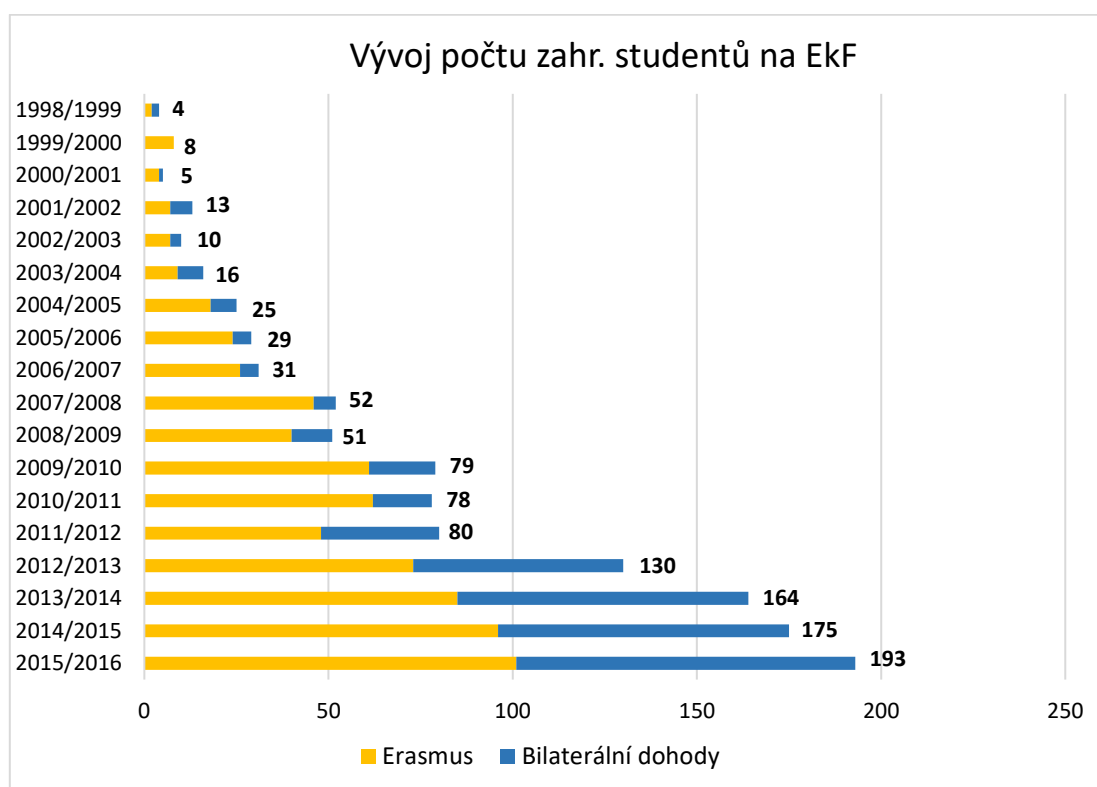
ESN VŠB-TUO

ESN VŠB-TUO je lokální sekce mezinárodní studentské organizace Erasmus Student Network. Tato organizace pomáhá zahraničním studentům se všemi záležitostmi po jejich příjezdu do Ostravy, jako je vyřízení bankovního účtu, studentské karty ISIC, SIM karty, nebo poznání města, kampusu, fakult a kolejí. Síť českých studentů, tzv. buddy, se o ty zahraniční stará ještě před jejich příjezdem a poskytují jim veškeré informace, které potřebují. Snaží se tak zahraničním studentům ulehčit začátek studia v cizí zemi a také jim poskytnout celou řadu volnočasových aktivit, aby se v Ostravě cítili dobře. ESN VŠB-TUO tak pořádá výlety po České republice i do zahraničí, party, jazykové kurzy a další. [19]

ESN VŠB-TUO také pořádá na začátku každého semestru tzv. Orientation days. V rámci nich se vyřídí všechny potřebné formality a zahraniční studenti se poprvé důkladněji seznámí se svými fakultami, včetně návštěvy International Office a vyřízení dokumentů. [21]

3.2.1 Statistiky internacionalizace na EkF VŠB-TUO

Program Erasmus začal fungovat na Ekonomické fakultě v akademickém roce 1998/1999. Od té doby se program značně rozrostl a v posledních letech přijíždí na Ekonomickou fakultu ročně okolo 170 studentů.

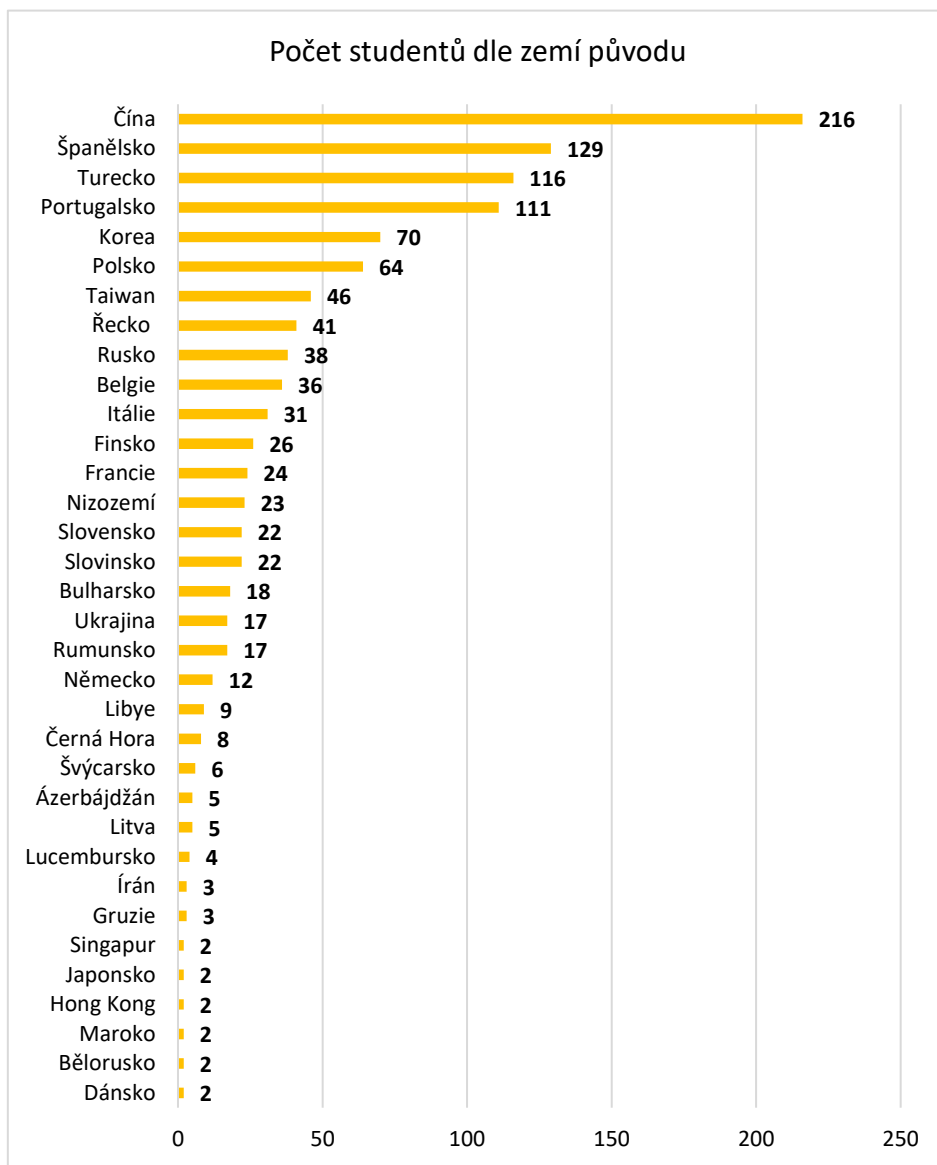


Obr. 3.3: Celkový počet zahraničních studentů, kteří studovali na EkF v rámci programu Erasmus a bilaterálních dohod

Zdroj: [26], vlastní zpracování

V akademickém roce 1998/1999 přijeli na fakultu studovat pouze 4 studenti, 2 v rámci programu Erasmus a 2 prostřednictvím bilaterálních dohod. Počet zahraničních studentů se každým rokem (s několika výjimkami) pomalu zvyšoval, v roce 2009/2010 jich na EkF studovalo již 79. V posledních letech přijíždí na EkF více než 100 studentů ročně. V roce 2015/2016 to bylo 193 studentů, z toho 101 v rámci programu Erasmus a 92 v rámci bilaterálních dohod. Na Obr. 3.3 lze jasně vidět, že internacionalizace na Ekonomické fakultě se každým rokem zvyšuje a že se Ostrava stává pro zahraniční studenty atraktivním místem ke

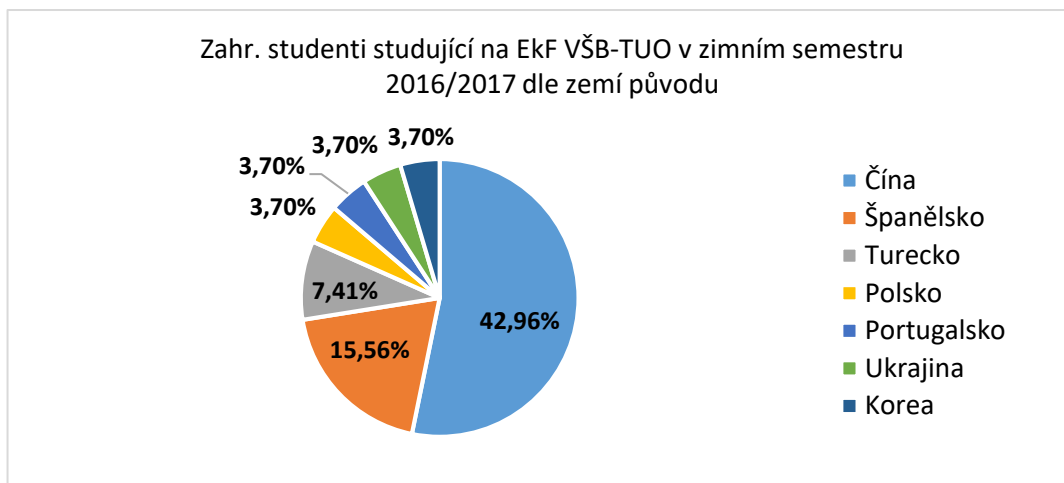
studiu. Na zvyšující se počet studentů mířících za studiem do zahraničí má vliv samotný program Erasmus+ a Evropská unie, která uvolňuje na studium či stáže v zahraničí nemalé peněžní prostředky.



Obr. 3.4: Počet zahraničních studentů na EkF dle zemí původu (1998/1999-2015/2016)

Zdroj: [26], vlastní zpracování

Mezi země, které byly zastoupeny za celou dobu fungování výměnných programů na EkF pouze jedním studentem, patří Jordánsko, Makedonie, Kazachstán, Sýrie, Estonsko, Maďarsko a Brazílie. Na Obr. 3.4 můžeme vidět, že dalšími méně často zastoupenými zeměmi, ze kterých na Ekonomickou fakultu přijeli studovat pouze 2 studenti, jsou například Dánsko, Bělorusko, Japonsko nebo Hong Kong. Nejvíce zahraničních studentů, kteří v letech 1998-2015 studovali na Ekonomické fakultě, pocházelo z Číny (216 studentů), Španělska (129 studentů), Turecka (116 studentů) a Portugalska (111 studentů).

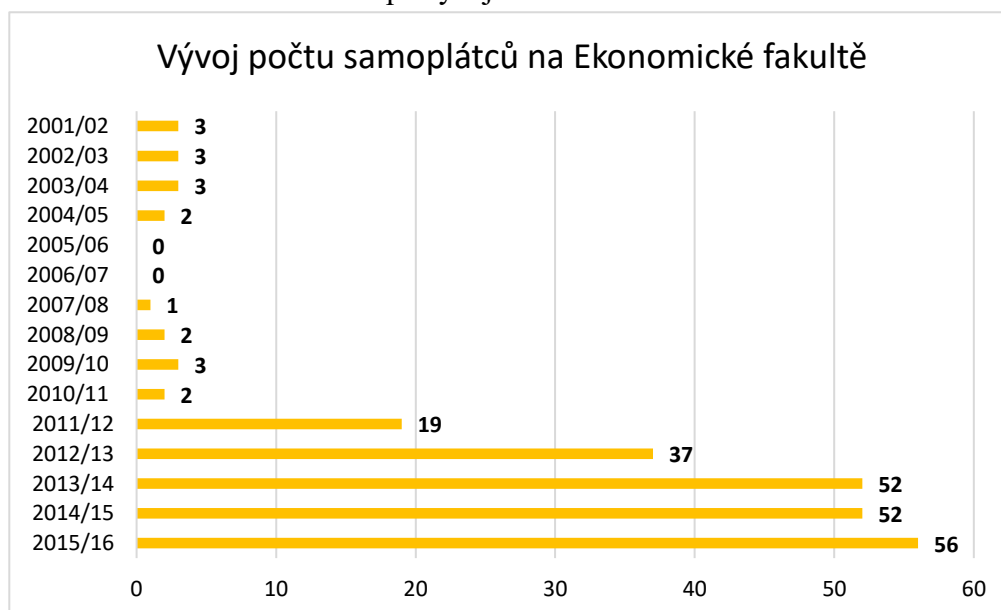


Obr. 3.5: Zahraniční studenti studující na EkF VŠB-TUO v zimním semestru 2016/2017 dle zemí původu, Zdroj: [26], vlastní zpracování

Na Obr. 3.5 můžeme vidět, že v zimním semestru 2016/2017 studovalo na Ekonomické fakultě nejvíce studentů z Číny (42,96 %), Španělska (15,56 %) a Turecka (7,41 %). Ostatními zeměmi byly se stejným procentním zastoupením (3,70 %) Polsko, Portugalsko, Ukrajina a Korea. Dále studovali na EkF také studenti z Nizozemí a Taiwanu (z každé země 3 studenti), Belgie, Německa, Řecka, Černé Hory, Slovinska, Íránu a Japonska (z každé země 2 studenti), Francie, Velké Británie, Slovenska, Maroka, Singapuru a Sýrie (z každé země 1 student).

Vývoj počtu studentů – samoplátců

Zahraniční studenti studující v oborech akreditovaných v anglickém jazyce – samoplátcí, každým rokem na Ekonomické fakultě přibývají.



Obr. 3.6: Vývoj počtu samoplátců na Ekonomické fakultě,

Zdroj: [31], vlastní zpracování

Na Obr. 3.6 můžeme vidět, že v letech 2001-2010 byl počet zahraničních studentů studujících kompletní studijní programy nízký a pohyboval se okolo 3 studentů v akademickém roce. V akademickém roce 2011/2012 ale nastal zlom a na fakultě studovalo kompletní programy již 19 zahraničních studentů. Počet se v následujících letech stále mírně zvyšuje. V zimním semestru 2015/2016 studovalo na Ekonomické fakultě kompletní studijní programy 56 zahraničních studentů.

4 Metodika shromažďování dat

4.1 Přípravná fáze

Definice problému

Studium v zahraničí je v dnešní době trendem, který využívá čím dál větší počet studentů. Výhodou takového pobytu v zahraničí je především zlepšení se v cizím jazyku, poznání života v cizí zemi, jiné kultury a lidí z celého světa, lepší pracovní uplatnění a mnoho dalších. Studenti z celé Evropy a světa si vybírají destinace svého zahraničního pobytu podle mnoha kritérií. Velký vliv na jejich rozhodnutí má word of mouth, samozřejmě si ale sami zjišťují informace o studiu na dané vysoké škole, o městě, ve kterém se univerzita nachází, a také o dané zemi. Důležitou součástí prezentace vysoké školy jsou tedy kromě marketingových aktivit zaměřených na české studenty také marketingové aktivity zaměřené na studenty zahraniční. Čím lepší jsou, tím více studentů přilákají.

Na Ekonomickou fakultu VŠB-TUO každoročně míří mnoho zahraničních studentů z Evropy i jiných částí světa. Úkolem EkF je zajištění všech potřebných informací, uživatelské přívětivosti internetových stránek, pestrosti předmětů vyučovaných v angličtině a kvalitního zázemí. Marketingový výzkum této diplomové práce zhodnotí současné vnímání Ekonomické fakulty, VŠB-TUO, Ostravy a České republiky zahraničními studenty a navrhne řešení problémových oblastí.

Cíl výzkumu

Cílem marketingového výzkumu je získat primární data pro identifikaci postojů zahraničních studentů ke studiu na EkF VŠB-TUO, k Ostravě a České republice a také k přínosu studia v zahraničí.

Typy údajů

Při vypracovávání diplomové práce byly využity primární i sekundární zdroje. Primární data podstatná pro samotný výzkum byla získána prostřednictvím kvalitativního skupinového rozhovoru, tedy focus group. V rámci něj byli dotazováni zahraniční studenti studující na EkF VŠB-TUO prostřednictvím programu Erasmus+ nebo jiných programů. Zdrojem sekundárních dat byly internetové zdroje, především webové stránky Ekonomické fakulty VŠB-TUO.

Plán výzkumu

Pro získání dat k diplomové práci byl využit kvalitativní marketingový výzkum metodou focus group. Tato metoda byla zvolena z toho důvodu, že je schopna odhalit hlubší pohnutky, myšlenky, a především postoje účastníků rozhovoru o daném předmětu diskuze. Díky tomu jsme schopni nahlédnout hlouběji do daného problému a navrhnout konkrétnější a účinnější doporučení.

Základní soubor byl tvořen zahraničními studenty, kteří v akademickém roce 2016/2017 studovali Ekonomické fakultě VŠB-TUO v rámci programu Erasmus+ nebo jiných výměnných programů.

Pro účely výzkumu bylo osloveno 8 zahraničních studentů EkF VŠB-TUO, kteří na fakultě studují v rámci programu Erasmus+ nebo jiných programů. Zahraniční studenti byli vybíráni na základě úsudku a snahy oslovit kritické osoby s rozdílnými pohledy na situaci a také pocházející z odlišných kultur. Součástí plánu výzkumu bylo oslovení studentů, dohodnutí společného termínu, vypracování scénáře focus group a samotný výzkum.

Scénář focus group

Scénář focus group byl nejprve zpracován v češtině a následně přeložen do angličtiny. Scénář je rozčleněn do tří oblastí: Ekonomická fakulta a VŠB-TUO, Česká republika a Ostrava a přínos zahraničního pobytu. Ve všech oblastech byly stanoveny okruhové otázky pro zjištění postojů zahraničních studentů k daným oblastem. Oba dva skupinové rozhovory byly kompletně vedené v angličtině.

Struktura scénáře focus group

- **Zahájení skupinové diskuze**

V této části byli účastníci diskuze přivítáni a bylo jim také vysvětleno, jakým způsobem bude diskuze probíhat. Účastníci byli požádáni o povolení audio záznamu, bylo jim představeno téma a cíle diskuze a vysvětleny pravidla interview. Pravidla určovala zejména průběh diskuze, tedy že do diskuze se zapojí všichni zúčastnění, že vždy mluví pouze jedna osoba a také že žádný názor není špatný.

- **Ekonomická fakulta a VŠB-TUO**

Tato část se zaměřovala především na získané informace o studiu na EkF, o komunikaci International Office, o zázemí EkF a také o možnostech ubytování

a stravování. Cílem této části bylo zjistit, jaké mají zahraniční studenti postoje k dané problematice a také jak se jejich postoje změnilly před a po příjezdu do Ostravy.

- **Česká republika a Ostrava**

Tato část si kladla za cíl zjistit, proč si studenti vybrali pro svůj zahraniční pobyt zrovna Českou republiku a Ostravu, co je k tomu vedlo a zda skutečnost splnila očekávání. Také kde o České republice a Ostravě získávali informace a jak by celkově ohodnotili svůj pobyt v Ostravě. Výsledkem by měl být ucelený obraz o vnímání České republiky a Ostravy zahraničními studenty.

- **Přínos zahraničního pobytu**

Tato část focus group se zabývala motivací k výjezdu na studijní pobyt v zahraničí a také zhodnocením celkového přínosu zahraničního pobytu.

- **Závěr**

Na závěr byli účastníci focus group požádáni o vyplnění krátkého dotazníku s 10 otázkami, jehož cílem bylo shrnout témata, o nichž se diskutovalo. Součástí dotazníku byly škálové otázky, sémantický diferenciál týkající se Ostravy a Ekonomické fakulty a také identifikační otázky pro zjištění pohlaví a národnosti. Poté bylo účastníkům poděkováno za účast na focus group a předána jim malá odměna.

Kompletní scénář focus group je k nahlédnutí v přílohách.

Časový harmonogram

Časový harmonogram jednotlivých činností spojených s přípravou a realizací výzkumu je znázorněn v následující tabulce.

Tab. 4.1: Časový harmonogram

Činnost/období realizace	Květen 2016	Listopad 2016	Prosinec 2016	Únor 2017	Březen 2017
Stanovení cílů	✓				
Plán výzkumu		✓			
Tvorba scénáře focus group		✓			
Realizace focus group			✓		
Zpracování dat				✓	
Analýza dat					✓
Návrhy a doporučení					✓

Zdroj: vlastní

4.2 Realizační fáze

Velikost výběrového souboru

Skupina 8 zahraničních studentů byla rozdělena na dvě části po 4 studentech a byly tedy uspořádány dva skupinové rozhovory. Toto opatření bylo realizováno z důvodu hlubšího poznání postojů studentů.

Focus group probíhaly ve dnech 5.12. a 6.12. 2016 na Ekonomické fakultě VŠB-TUO v zasedací místnosti budovy E. Obě skupinové interview trvaly přibližně 45 minut. Moderátorem obou diskuzí byla autorka diplomové práce.

Problémy vzniklé při realizaci výzkumu

Problémem u první skupiny zahraničních studentů byla mírná neochota vyjadřovat se otevřeně k daným problémům a zahájení kritické diskuze. Tyto počáteční problémy byly ale překonány. Dalším problémem byla neúčast jedné zahraniční studentky, místo celkového počtu 8 studentů jich nakonec bylo pouze 7.

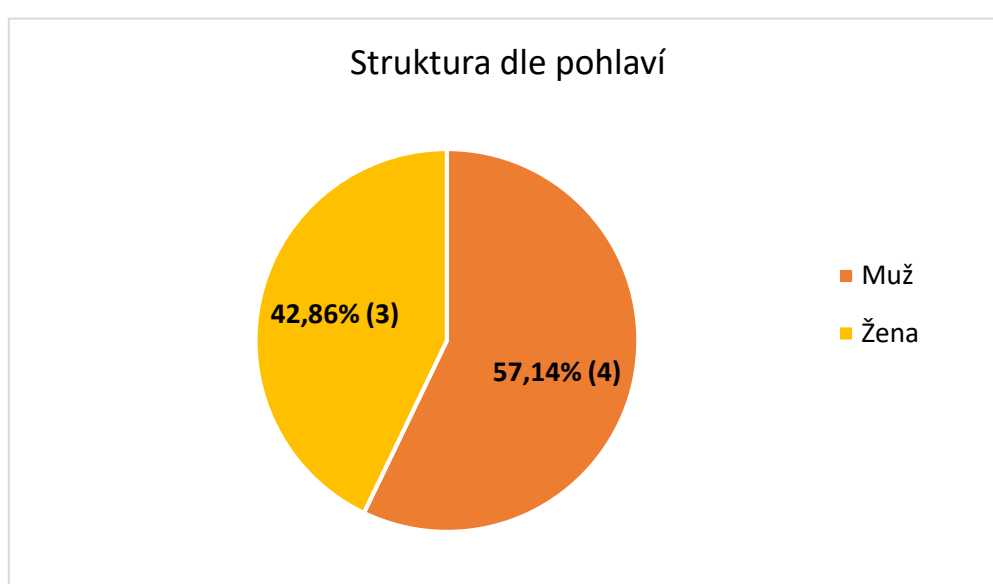
Vedení skupinové diskuze bylo mírně složitější z důvodu vedení v anglickém jazyce a také proto, že zahraniční studenti by byli nejspíše schopni vyjádřit své postoje lépe a podrobněji ve svém mateřském jazyce. Přesto ale nakonec nebyla angličtina velkým problémem.

Způsob zpracování a analýzy dat

Značné procento dat získaných výzkumem byly kvalitativního charakteru, analýza tudíž probíhala v MS Word. Nahrávky skupinového rozhovoru byly přepsány do MS Word a následně analyzovány. Dotazník s 10 otázkami byl zpracován a následně analyzován v MS Excel.

Struktura výběrového souboru

V dotazníku, který byl účastníkům diskuze na konci rozdán, byly umístěny 2 identifikační otázky týkající se pohlaví a národnosti.



Obr. 4.1: Struktura respondentů dle pohlaví

Zdroj: vlastní

Účastníci focus group byli tvořeni z 57,14 % (4) muži a 42,86 % (3) ženami.

Účastníci pocházeli ze 6 rozdílných zemí. Rozdělení ve dvou skupinách focus group bylo následovné.

Tab. 4.2: Národnosti složení respondentů

1. Focus group	2. Focus group
Slovinsko	Čína
Německo	Nizozemsko
Čína	Černá Hora
Španělsko	

Zdroj: vlastní

5 Analýza výsledků výzkumu

Zahraniční studenti byli v rámci obou focus groups tázáni moderátorkou na stejnou strukturu otázek, v každém z případů se ale mírně lišilo směřování diskuze. Širší okruhy dotazů byly ale vždy stejné, tak, aby se v obou případech zjistily postoje ke stejným problémům. Analýza výsledků výzkumu sleduje předem danou strukturu focus group.

5.1 Ekonomická fakulta a VŠB-TUO

5.1.1 Postoje k Ekonomické fakultě před výjezdem

Studenti byli dotázáni, kde a jaké informace o možnosti studia na VŠB-TUO a Ekonomické fakultě získali před svým příjezdem do zahraničí.

Tři studenti si utvářeli prvotní kognitivní postoje k Ekonomické fakultě na základě informací, které získali na své domovské univerzitě. Ta jim poskytla základní informace, které následně doplňovali o své vlastní hledání na internetu. Druhého focus group se účastnili dva studenti z univerzit z Nizozemí (jeden z nich byl ale původem z Číny). Pro tyto dva studenty bylo studium v zahraničí povinné. Dostali seznam zahraničních univerzit, ze kterých měli vybrat tři, o něž měli zájem. Informace o univerzitách získávali od studentů, kteří studovali na dané zahraniční univerzitě v předešlých letech. Další dva studenti dostali doporučení na VŠB-TUO od svých kamarádů, kteří na univerzitě dříve studovali.

Studentka z Číny nestuduje na Ekonomické fakultě v rámci programu Erasmus, ale studuje zde celý magisterský program. Univerzitu si vybrala na základě doporučení kamarádky, která zde dříve studovala. Studentka již delší dobu žije v Praze a jejím cílem bylo studovat univerzitu na Moravě a získat český titul.

Webové stránky fakulty a také univerzity podněcovaly u všech studentů spíše negativní postoje. Webové stránky byly podle nich nepřehledné a informace se jim těžce dohledávaly. Způsobeno to bylo především příliš větvenou strukturou webových stránek fakulty i samotné univerzity. Student z Nizozemí před příjezdem dokonce věděl pouze to, kdy končí semestr, neměl ale žádné dodatečné informace například o tom, kdy budou probíhat zkoušky a jaký bude jeho rozvrh. Do poslední chvíle tedy nevěděl, jestli všechny předměty v Ostravě stihne ukončit do začátku dalšího semestru na jeho domovské univerzitě. Až po příjezdu se dozvěděl, že zkoušky stihne vykonat ještě před Vánoci, do té doby byl nervózní. Doporučuje tedy umístit na

internetové stránky informace, kdy přibližně zahraniční studenti skončí se zkouškami a také přibližný rozvrh kurzů.

Kognitivní postoje si studenti tedy tvořili především na základě informací, které jim poskytly domovské univerzity, doporučení předešlých studentů a také internetových stránek.

5.1.2 Postoje k nabídce kurzů pro zahraniční studenty

Většina studentů získávala před svým příjezdem do České republiky informace o nabízených kurzech pro zahraniční studenty na webových stránkách fakulty. Dalším zdrojem informací byli přátelé, kteří na fakultě studovali v předešlých letech. Ti jim poradili, které kurzy je nejlepší si vybrat. Studente z Číny velmi pomohli pracovníci International Office, kteří ji podali podrobné informace a pomohli jí vyřídit vše potřebné pro studium kompletního programu.

Cílem dotazů v tomto okruhu bylo také zjistit, zda byla nabídka kurzů pro zahraniční studenty dostačující.

Studentka z Číny neměla při výběru kurzů příliš mnoho možností. Na začátku každého akademického roku dostane pevný studijní plán, protože se na ni vztahují podobné podmínky jako na české studenty. Studium kompletního magisterského programu jí tedy neumožňuje, aby si předměty vybírala.

Většina studentů si tak spojovala s nabídkou kurzů v angličtině pozitivní kognitivní postoje. Mohli si vybrat z mnoha rozdílných kurzů, problémem ale občas bylo najít předmět, který by odpovídal studovanému předmětu na domovské univerzitě. Předměty jsou tedy i přes širokou škálu nabídky rozdílné. Většině ze studentů to ale naštěstí nezpůsobilo na domovské univerzitě žádné problémy. Jedna studentka ze Slovinska dokonce našla pouze dva vyhovující kurzy, ostatní kurzy již dříve absolvovala na své univerzitě. Našla tedy alespoň určitým způsobem podobné předměty, a to bylo pro její domovskou univerzitu dostačující.

Student z Černé Hory měl problém z toho důvodu, že dva předměty, které potřeboval absolvovat, se na Ekonomické fakultě vyučovaly až v letním semestru. Tyto předměty si tak musel dodělat na domovské univerzitě po návratu do Černé Hory.

Student průmyslového inženýrství studoval v Ostravě na třech fakultách najednou. Nejdříve ale nevěděl, že si může navolit předměty i z jiných fakult, nikdo mu o této možnosti neřekl. Ke studiu si vytvořil mírně negativní emoční postoj, protože podle něj je zde výuka

především o čtení a zapamatování si, není zde tolik praktičtějšího počítání, které je podle něj pro jeho obor potřebné.

Studenti tedy získávali informace o kurzech pro zahraniční studenty na webových stránkách fakulty a také se zajímali o doporučení známých, kteří na fakultě již dříve studovali. Na základě těchto informací si vytvořili víceméně pozitivní postoje. Nabídka kurzů je podle nich velmi dostačující, obecným problémem je ale i přes širokou škálu rozdílných kurzů nabídka takových, které by bez problémů nahradily předměty, jež by měli studovat na své domovské univerzitě. Často si tak museli vybírat více či méně podobné předměty, ve většině případů to ale neznamenal problém na domovské univerzitě.

5.1.3 Postoje ke studiu na EkF ve vztahu k domovské univerzitě

Studenti nebyli příliš ochotni a schopni porovnávat studium na Ekonomické fakultě se studiem na své domovské univerzitě. Podotýkali, že jako zahraniční studenti mají studium lehčí a že tedy studium neodpovídá klasickému stylu výuky českých studentů. Dospěli ale k závěru, že výuka je příliš teoretická a že by se mohl klást větší důraz na praktickou stránku věci.

Většina studentů měla informace, že studium v České republice není příliš těžké. Tuto informaci ale vztahovali spíše na většinu evropských univerzit a samotné studium v zahraničí než konkrétně na Ekonomickou fakultu. Student z Černé Hory ale zmínil českého studenta, který mu řekl, že Ekonomická fakulta nemá příliš dobrou reputaci a že je na ní lehké studovat. K vytváření mírně negativního kognitivního postoje k náročnosti studia na Ekonomické fakultě tedy docházelo již na základě získaných informací. Tyto postoje se navíc tvoří také u českých studentů.

Pro studenta z Černé Hory bylo studium na Ekonomické fakultě méně teoretické než na jeho domovské univerzitě. V Černé Hoře mu stačí pouze složit zkoušku, za kterou dostane známku. Na Ekonomické fakultě oceňoval skutečnost, že na hodiny musel chodit, protože se v nich postupně získávaly body za různé úkoly a projekty, což podle něj udržuje studenty aktivními. Podle něj ale není Erasmus jen a pouze o studiu, ale spíše o životě v jiné zemi a získávání nových zážitků.

Pro studenty z Nizozemí bylo studium na Ekonomické fakultě více osobní. V Nizozemí probíhá výuka většinou ve velkém sále, do kterého se vleze okolo 200 studentů, kteří se sice mohou na něco zeptat, ale moc to nefunguje. Druhý student z Nizozemí hodnotil studium tak,

že není ani více praktické, ani více teoretické, protože v Nizozemí také pracují na různých projektech a esejích, je jich ale mnohem více. Také se předměty vyučují kratší dobu, ale intenzivněji. Většinou mají tři kurzy na tři měsíce.

Obecně tedy bylo očekávání studentů ohledně obtížnosti studia na Ekonomické fakultě spíše nižší, což vedlo ke vzniku mírně negativních kognitivních postojů. Na základě vlastních zkušeností si ale studenti vytvářeli spíše pozitivní postoje, studium jim sice připadalo spíše teoretičtější, ale také více osobní.

5.1.4 Postoje ke službám International Office

Studenti byli dotázáni, jak vnímali služby International Office na Ekonomické fakultě, tedy zda byla komunikace ze strany International Office dostatečná, zda dokázala vyřešit efektivně jejich problémy apod.

Studenti si vytvořili k International Office většinou pozitivní kognitivní postoje. Emailová komunikace byla ze strany International Office dostatečná a ve většině případů dokázala International Office vyřešit problém v krátkém čase. Pokud daný student přišel na International Office osobně, pracovnice si vždy našly čas, aby se mu věnovaly.

Studentka ze Španělska si pochvalovala především první týdný semestru, kdy jim pracovnice International Office podrobně vysvětlily praktické záležitosti, na základě čehož si vytvořila pozitivní emoční postoj.

Studentovi z Německa pomohla International Office především v období před příjezdem do Ostravy, když měl v úmyslu studovat předměty z více fakult.

Studentka ze Slovinska si ještě před svým příjezdem vytvořila pozitivní emoční postoj ke komunikaci International Office. Její domovská univerzita totiž její pobyt na Ekonomické fakultě špatně vyřídila a pokud by ji pracovnice International Office nekontaktovala, studentka by ani nevěděla, že její pobyt není vyřízen. Pracovnice International Office byla poté schopna během dvou týdnů vyřídit vše potřebné a studentka ze Slovinska mohla bez problémů přijet.

Studentka z Číny podotkla, že je naopak vyřizování určitých dokumentů ze strany International Office pomalé. Na dokument nutný pro vyřízení víz musela čekat několik týdnů a komunikace mezi ní a International Office nebyla rychlá a efektivní.

Student z Německa navrhl, aby úřední hodiny byly delší. Během prvních týdnů semestru totiž potřebují všichni zahraniční studenti vyřídit potřebné dokumenty a díky krátkým úředním hodinám se tvoří zbytečné řady.

Podle studenta z Černé Hory nefunguje komunikace mezi jeho domovskou univerzitou a VŠB-TUO příliš dobře. Od obou stran se snažil zjistit, co se stane se dvěma předměty, které měl ve studijním plánu na domovské univerzitě a pro něž nenašel v Ostravě ekvivalent. Nikdo mu ale nebyl schopen podat užitečné informace.

Obecně si tedy studenti vytvářeli na základě komunikace před svým příjezdem a také na základě vlastních zkušeností během svého pobytu pozitivní kognitivní a emoční postoje ke službám International Office. Pokud se vyskytl nějaký problém, dokázala ho International Office relativně efektivně vyřešit.

5.1.5 Postoje k zázemí fakulty

Studenti byli dotázáni, jak vnímali Ekonomickou fakultu před svým příjezdem do Ostravy a jak ji vnímali po příjezdu do Ostravy.

Všichni studenti si na základě získaných informací o umístění Ekonomické fakulty v centru města mimo kampus VŠB-TUO v Porubě vytvořilo negativní kognitivní postoj. Kampus by podle nich neměl být rozdělen, nachází se tam totiž studentský život, který si zahraniční studenti přejí zažívat. Na fakultu museli téměř denně dojíždět, ztráta času dojížděním se jim nelíbila a univerzitní život byl pro ně neúplný.

Studenti vnímali fakultu a zázemí univerzity jinak před samotným příjezdem než po něm. Tuto změnu v kognitivním postoji přikládají ale spíše tomu, že fotografie na internetu vždy evokují určité představy, které se po příjezdu téměř pokaždé něčím liší od reality.

Student z Nizozemí věděl, že je Ekonomická fakulta jedinou fakultou, která neleží v kampusu a že bude muset dojíždět. Žádné fotky nebo informace o interiéru ale nenašel. Po příjezdu do Ostravy a studiu na fakultě vnímal fakultu jako starší budovu s ne příliš moderním vybavením, ale necítil se v ní špatně, vytvořil si tak poměrně neutrální emoční postoj.

Studentovi z Nizozemí (původem z Číny) evokovaly fotografie fakulty univerzity v Číně, které jsou v podobném stylu. Dokázal si tedy představit, jak to bude přibližně vypadat

uvnitř. Jeho postoj se tedy na základě zjištěných informací před příjezdem a skutečností nezměnil. Trvalo mu ale také, než si zvykl na lokalitu a dojíždění.

Studentům tedy nevyhovovalo umístění Ekonomické fakulty v centru města mimo kampus, kde se nachází ostatní fakulty VŠB-TUO, na základě čehož si vytvořili negativní postoj. Informace a fotografie vázající se k budově Ekonomické fakulty intenzivně nevyhledávali. Po příjezdu do Ostravy vnímali Ekonomickou fakultu jako spíše starší budovu s mnohdy nemoderním vybavením, necítili se v ní ale špatně, což naznačuje tvorbu neutrálního až pozitivního emočního postoje.

5.1.6 Postoje k možnostem ubytování

Studenti byli dotázáni, jakým způsobem před svým příjezdem zjišťovali informace o možnostech ubytování a jaký názor měli na základě vlastní zkušenosti po příjezdu do Ostravy.

Většina studentů zjišťovala informace o ubytování na internetových stránkách univerzity. Student z Německa zjišťoval informace také na facebookové skupině, kde mu doporučili koleje. Když se ale zeptal na pronajmutí bytu, nebyli mu schopni podat informace. Snažil se také získat na kolejích vlastní pokoj, který by nesdílel s jiným studentem. Bylo mu ale řečeno, že to není možné. Po příjezdu ale zjistil, že to možné je. Nakonec bydlel v bytě, vše si ale musel zjistit a zařídit sám.

Studentka ze Španělska dostala doporučení na ubytování na kolejích od předešlých studentů. Studentský život na kolejích si pochvalovala a kdyby si měla znovu vybrat, vybrala by si stejně. Studentka si tedy na základě vlastní zkušenosti vytvořila pozitivní emoční a konativní postoj.

Student z Černé Hory dokonce ani nevěděl, jak koleje vypadají. Doporučuje, aby někdo napsal základní informace a publikoval je na webových stránkách, kde by byly informace všem dostupné. Zahraniční studenti by tak byli lépe informováni a byli by se tak lépe schopni rozhodnout, jaký typ ubytování si vybrat.

Student z Nizozemí měl s výběrem ubytování špatné zkušenosti. Pracovnice International Office ho odkázala na ubytovací kancelář na kolejích. Když jim napsal dlouhý e-mail s mnoha otázkami, odeslali mu pouze stručnou odpověď, ze které se nedozvěděl v podstatě žádné informace. Dokonce si nebyl jistý, zda pokoj na kolejích skutečně dostane, dokud na koleje reálně nepřišel. Kognitivní postoj tohoto studenta z Nizozemí ohledně kolejí se ze všech jeho postojů změnil nejvíce. Na základě informací, které získal před příjezdem, si nedokázal vytvořit

ucelený obrázek a skutečnost ho pak docela překvapila. Stěžoval si zejména na staré vybavení kolejí a malé prostory. Tento student také zmínil, že by ocenil rekonstrukci kolejí a vylepšení kolejní posilovny. Ta je otevřena pouze pár hodin denně a vybavení podle něj také není dostačující. Všichni zahraniční studenti, kteří se účastnili focus group, si po čase na koleje zvykli a vytvořili si k nim relativně pozitivní emoční postoj. Pro mnohé z nich začali být důležitější lidé, které kolem sebe měli, než samotné ubytování.

Druhý student z Nizozemí komunikoval s International Office a sám si vyhledával informace. Našel webové stránky ubytovací kanceláře a zhlédl fotografie kolejí, byl tedy schopen odhadnout, jak budou koleje ve skutečnosti vypadat. Rozhodoval se také na základě zkušeností předešlých studentů, kteří na kolejích byli ubytováni a ti mu doporučili budovu B. Ubytovací kancelář mu ale nebyla schopna poskytnout dostatečné informace. Dokud nebyl na místě, nevěděl, zda si může pronajmout pokoj pouze pro sebe.

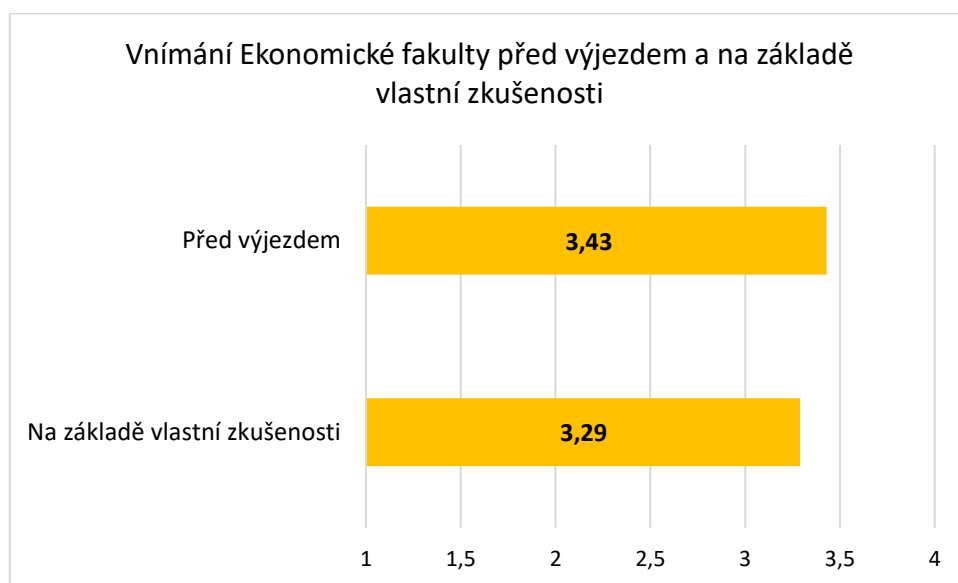
Život na kolejích si všichni zahraniční studenti pochvalovali (v bytě bydlel pouze jeden student), což naznačuje vytvoření pozitivního emočního postoje. Vybavení a velikost pokojů na kolejích ale nepřikládají k silným stránkám svého pobytu. Na tyto dva aspekty si museli po příjezdu do Ostravy nějakou dobu zvykat. Jakmile si zvykli, začali spíše oceňovat samotnou příležitost žít čtyři měsíce s ostatními zahraničními studenty na jednom místě a určité nepohodlí už tolik nevnímali. Před příjezdem do Ostravy ale neměla většina studentů s vyřizováním ubytování příliš pozitivní zkušenosti, což vedlo k vytváření negativních kognitivních postojů. Dostupných informací není mnoho a na webových stránkách univerzity nejsou koleje ani dostatečně zdokumentovány fotografiemi. Stejně tak jim nebyla schopna poskytnout dostatečné informace ani ubytovací kancelář.

5.1.7 Postoje k možnostem stravování

Většina studentů navštívila alespoň jednou Menzu Reální, jídlo jim tam ale nevyhovovalo a stravovali se tam především proto, že jídlo bylo levné. Vytvořili si ale negativní emoční postoje, protože nepokládali kvalitu stravy ani velikost porce za dobrou. Absence jídelníčku v angličtině byla dalším problémem, studenti mnohdy ani neměli tušení, jaké jídlo si objednávat. Také by se jim líbilo, kdyby byl k dispozici větší výběr jídel, který by se přizpůsobil nárokům zahraničních studentů. Ocenili by totiž například asijské nebo turecké jídlo. Stejně tak hodnotí bufet na Ekonomické fakultě. S možnostmi stravování na Ekonomické fakultě se tedy pojí spíše negativní postoje. Pokud měli zahraniční studenti na výběr, raději si vařili sami.

5.1.8 Celkové vnímání Ekonomické fakulty

V rámci krátkého dotazníku, který dostali studenti v závěru focus group, měli studenti ohodnotit celkový dojem z Ekonomické fakulty na škále od 1 do 7, kde 1 znamenala nejlepší a 7 nejhorší možnou odpověď. Cílem bylo zjistit postoje studentů ke studiu na Ekonomické fakultě před výjezdem na základě informací, které z různých zdrojů získali, a na základě vlastní zkušenosti, kterou získali při pobytu v Ostravě, a poté srovnat, jak moc se jejich postoje změnily.

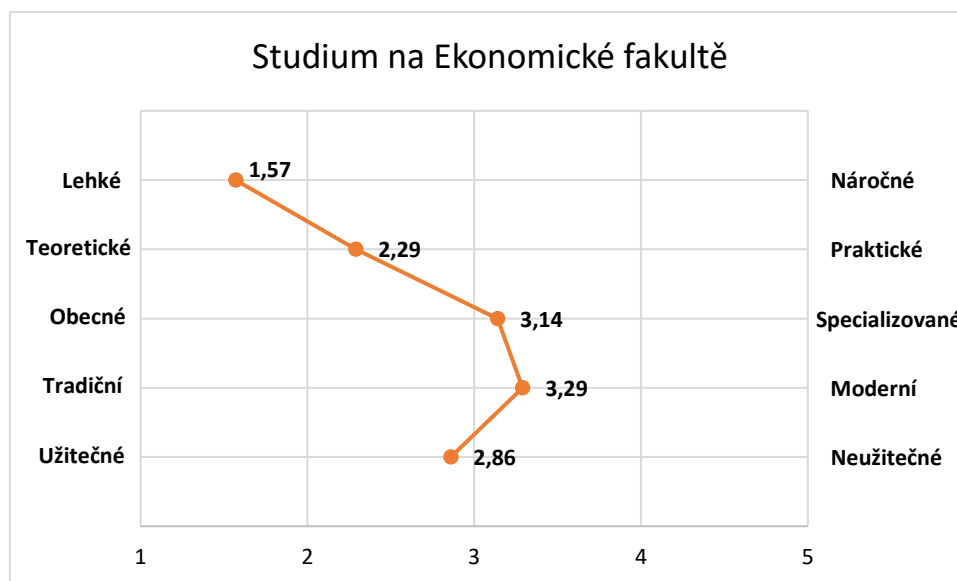


Obr. 5.1: Vnímání Ekonomické fakulty před výjezdem a na základě vlastní zkušenosti

Zdroj: vlastní

Na Obr. 5.1 můžeme vidět, že postoje k Ekonomické fakultě se na základě informací získávaných před výjezdem a na základě vlastní zkušenosti příliš nezměnily. Před výjezdem by studenti přiřadili Ekonomické fakultě průměrnou známku 3,43. Na základě vlastní zkušenosti ale ohodnotili fakultu průměrnou známkou 3,29, jejich postoj se tedy po příjezdu do Ostravy mírně zlepšil. Zámka se před i během výjezdu pohybuje v pozitivní části škály, můžeme tedy říct, že postoje k Ekonomické fakultě jsou pozitivní. Studenti získávali informace o Ekonomické fakultě především od svých domovských univerzit, jako doporučení od předchozích studentů nebo si doplňovali informace na internetu. I přes všechny získané informace si utvořili k Ekonomické fakultě mírně horší postoj než poté na základě vlastní zkušenosti. To může být způsobeno tím, že očekávání je vždy odlišné od skutečnosti a že si tedy studenti nedokázali vytvořit o Ekonomické fakultě přesnou představu, nejspíše měli určité obavy, které se nenaplnily apod.

Studenti vyjadřovali své postoje ke studiu na Ekonomické fakultě také prostřednictvím sémantického diferenciálu.



Obr. 5.2: Postoje ke studiu na Ekonomické fakultě

Zdroj: vlastní

Na Obr. 5.2 můžeme vidět, že studenti vnímali studium na Ekonomické fakultě jako *lehké* (průměrná známka 1,57). Tento fakt může být ale způsoben především tím, že obecně mají zahraniční studenti výuku mírně ulehčenou a jsou na ně kladeny nižší nároky. I přesto je ale Ekonomická fakulta vnímána jako jedna z lehčích variant zahraničního studia. To dokazuje také výpověď studenta z Černé Hory, kterému český student řekl, že Ekonomická fakulta je vnímána jako nepříliš prestižní. Ekonomická fakulta by tak potřebovala zlepšit svou image a dokázat, že studium na fakultě je kvalitní.

Studenti si vytvořili postoj, který hodnotí studium jako spíše *teoretické* než *praktické* (průměrná známka 2,29), což také odpovídá informacím získaným prostřednictvím skupinových rozhovorů. I přes plnění různých úkolů a tvorbu prezentací během hodin viděli studenti výuku jako až příliš zaměřenou na čtení a zapamatování si informací.

Studium bylo pro zahraniční studenty spíše *specializované* než *obecné* (průměrná známka 3,14), což je pro image fakulty velmi příznivé. Znamená to, že se studenti ve výuce dozvídali informace, které se detailně dotýkaly probíraného tématu, nebyly tak příliš zobecněny a tím pádem byly užitečnější.

Stejně tak je příznivé, že si studenti vytvořili postoj ke studiu na EkF jako k spíše *modernímu* než *tradičnímu* (průměrná známka 3,29). Studium pro ně tedy představovalo určitý standard, kterým se vyučuje na ostatních evropských školách a který využívá moderní techniky výuky, nové informační technologie apod.

Poslední kritérium nám říká, že studenti vnímali studium na Ekonomické fakultě jako spíše *užitečné* než *neužitečné* (průměrná známka 2,86). Tato skutečnost se váže také k tomu, že studenti vnímali studium jako specializované a přinášející tedy větší užitek. Dokazuje to tedy, že studenti za dobu svého zahraničního pobytu získali nové vědomosti, kterých si cení.

5.2 Česká republika a Ostrava

5.2.1 Postoje k destinaci zahraničního pobytu

Studenti byli dotázáni, jakým způsobem si vybírali destinaci svého zahraničního pobytu. Cílem bylo zjistit, jestli se Ostrava pohybuje na prvních příčkách preferencí nebo ne a podle čeho si studenti zemi vybírají.

Ostrava nebyla u většiny zahraničních studentů první volbou. Pro studenta z Německa byla první volbou Malajsie, poté se zajímal o Bangkok, obě varianty ale nepřicházely v úvahu, protože by pro něj znamenaly ztrátu celého semestru, na daných univerzitách totiž funguje jiný výukový systém. Proto se nakonec rozhodl studovat v Evropě. Uvažoval o Španělsku, ale nevyhovovalo mu studium ve španělštině, proto si nakonec vybral VŠB-TUO, a to především z toho důvodu, že mu bylo umožněno studovat předměty z více fakult, díky čemuž si vytvořil pozitivní kognitivní postoj. Stejně tak oceňuje, že Česká republika sousedí s Německem a že německá kultura je podobná té české. Důležitou skutečností pro něj bylo také strategické umístění České republiky v srdci Evropy, které umožňuje snadné cestování po celé Evropě.

Studentka ze Slovinska měla na výběr pouze sedm univerzit, se kterými měla její univerzita smlouvu. V České republice měla možnost studovat v Mladé Boleslavi nebo v Ostravě. Na Mladé Boleslavi ji odradil relativně nízký počet obyvatel a Ostrava jí tak připadala jako nejlepší možnost.

Studentka ze Španělska byla před Erasmem v Ostravě na výletě v Praze, která ji okouzila. Českou republiku si oblíbila natolik, že na svůj Erasmus pobyt chtěla jet právě zde. Ostrava byla její jedinou možností v České republice.

Pro studenta z Nizozemí byla prvotní volbou Praha. Druhý student z Nizozemí vysvětlil, že studenti v Nizozemí dostávají na dané univerzitě tři možnosti studia v zahraničí, které seřazují vzestupně podle svých preferencí. Pokud jim první možnost nevyjde, mají další dvě. Student chtěl studovat také v Praze, tam je ale šance na úspěch několikanásobně nižší než

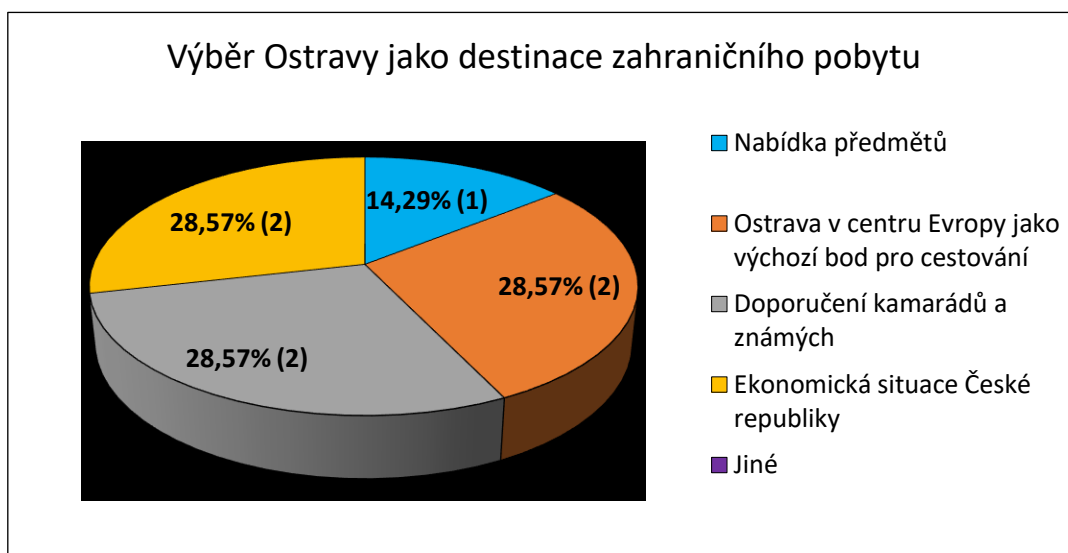
například v Ostravě, protože počet míst pro zahraniční studenty je v nepoměru k tomu, jaké množství se jich tam hlásí. Ostrava byla nicméně až jeho třetí volbou.

Student z Černé Hory měl dvě možnosti, Ostravu a Granadu ve Španělsku. Přál si studovat spíše v Granadě, tato možnost mu ale nevyšla, a tak jel nakonec studovat do Ostravy.

Studentka z Číny, která na Ekonomické fakultě studuje kompletní magisterský program, má trvalé bydliště v Praze a během svého pobytu se rozhodla, že se pokusí o získání českého vysokoškolského diplomu. Nejprve chtěla studovat v Brně, tam pro ni ale bylo těžké splnit podmínky, proto nakonec zvolila Ostravu.

Většina studentů si tak vytvořila konativní postoj, ve kterém neuvažovali o České republice jako o první volbě. Pokud uvažovali hned na začátku o České republice, zamýšleli studovat spíše v Praze. Samotnou Českou republiku si studenti vybírali především pro její strategickou polohu ve středu Evropy, která umožňuje cestovat po celém kontinentu. Pro samotné studium na VŠB-TUO si vybral Ostravu pouze jeden student, a to proto, že mu univerzita umožňovala studovat předměty z více fakult najednou.

Výběru destinace zahraničního pobytu se věnovala také otázka v krátkém dotazníku. Studenti měli na výběr z pěti možností, přičemž poslední z nich nabízela návrh vlastního důvodu. Studenti měli možnost označit pouze jednu nejvíce vyhovující odpověď.



Obr. 5.3: Výběr Ostravy jako destinace zahraničního pobytu

Zdroj: vlastní

Na Obr. 5.3 můžeme vidět, že odpověď Jiné nezvolil žádný ze studentů. Nejčastěji mělo při výběru Ostravy a samotné České republiky jako místa zahraničního studijního pobytu vliv umístění České republiky v centru Evropy, které umožňuje cestování do všech koutů Evropy.

Takto odpovědělo 28,75 % studentů (student ze Španělska a Číny). Dva studenti (28,75 %) se spíše klonili k tomu, že si Ostravu vybrali na základě kladných doporučení známých a kamarádů. Takto odpověděl student z Číny a Černé Hory. Stejně tak měla ale na výběr vliv ekonomická situace České republiky, tedy relativně levnější produkty a služby než v západních zemích. Takto odpověděl student z Nizozemska a Slovinska (28,75 %). Pouze jeden student (14,29 %) zvolil možnost nabídky předmětů, zde se jednalo o studenta z Německa. Právě on studoval předměty na více fakultách a zřejmě nejvíce mu záleželo na samotném studiu.

5.2.2 Postoje k České republice

Studenti byli dotázáni, kde a jaké informace získali o České republice před svým příjezdem a také jaký byl jejich dojem a zkušenost po příjezdu.

Studentka ze Španělska zmiňovala velmi dobré umístění České republiky v centru Evropy, pivo a také to, že je v České republice relativně levněji než v jiných evropských zemích. Student z Nizozemí poznamenal o lokaci České republiky to samé.

Druhý student z Nizozemí měl již ze dřívějších kamarády z Prahy a také znal několik českých studentů, kteří studovali na jeho domovské univerzitě. Ti mu poskytli všechny informace, o které se zajímal, poslali mu odkazy na internetové stránky, kde se mohl dozvědět více a doporučili mu místa, kam by se měl podívat. Také vyhledával informace sám pomocí Google. I bez těchto informací si ale spojoval Českou republiku s velmi dobrým, kvalitním, ale zároveň levným pivem.

Student z Černé Hory znal Českou republiku ještě před svým příjezdem, protože leží relativně blízko jeho rodné zemi. Mnoho obyvatel Černé Hory se totiž do České republiky vydává na dovolenou.

Všichni studenti si tak na základě zjištěných informací vytvořili k České republice pozitivní kognitivní postoje.

Všichni studenti obecně vnímali Čechy jako milé lidi. Nedokázali se ale shodnout na přesné definici české povahy. Například studentka z Číny měla mnoho dobrých i špatných zkušeností. Někteří lidé jsou podle ní opravdu nápomocní, přestože neumí příliš anglicky, snaží se pomoci a jsou milí. Setkala se ale také s mnoha Čechy, kteří se vylekali, když slyšeli, že mluví anglicky, a nebyli ochotni komunikovat. Vnímala tak povahy obyvatel České republiky jako jistý mix extrémů – někteří jsou velmi milí, ale jiní naopak nepříjemní. Zmiňovala také, že je to možná způsobeno historií, kdy se Češi neučili ve školách anglicky.

Proto má podle ní starší generace možná nyní pocit rezistence k anglicky mluvícím osobám. Setkala se ale také s opravdu extrémním případem, kdy jí pracovnice v zákaznickém servisu řekla, že sice umí anglicky, ale protože jsou v České republice, bude mluvit česky.

Stejně tak rozdělovala Čechy do dvou skupin studentka ze Španělska. Podle ní umí někteří dobře anglicky, jedná se ale především o mladé lidi, kteří se snaží pomoci a se zahraničními studenty komunikují. Druhá skupina zahrnuje například pracovníky kolejí, kteří jsou podle ní neslušní a hrubí.

Podle studentky ze Slovinska nemají Češi rádi cizince. K tomuto tvrzení se přiklání i ostatní – měli z chování Čechů k cizincům takovýto pocit. Také podle studenta z Německa můžeme Čechy rozdělit do dvou skupin – na anglicky mluvící a nemluvící. Pokud anglicky neumí, vůbec se zahraničními studenty nekomunikují. Pokud umí, jsou schopni komunikovat a pomoci. Podle něj je tato situace ale výrazně lepší v Praze než v Ostravě.

Studentka z Číny na tento výrok navazovala tím, že multikulturnost Prahy byla důvodem, proč se do hlavního města přestěhovala.

Neznalost angličtiny ze strany českých obyvatel překvapila také studenta z Černé Hory. Ten si chtěl objednat přes telefon pizzu, jakmile ale pracovník slyšel, že mluví anglicky, jednoduše telefon položil. Student se pokusil do pizzerie dovolat ještě jednou, ale neúspěšně.

Obecně známým faktem o České republice je kvalitní a dobré pivo, které zmínila většina studentů. Většina z nich už měla ze dřívějších o České republice povědomí, a tak o zemi nezjišťovali příliš mnoho dalších informací. Pokud ano, získávali informace od kamarádů, kteří zde již studovali, nebo od samotných Čechů. Na základě těchto informací si vytvářeli pozitivní kognitivní postoje. Čechy hodnotili studenti jako povětšinou milé lidi, kteří ale neumí příliš dobře anglicky. Rozdělovali Čechy na dvě skupiny, z nichž jedna je milá a nápomocná a druhá nepříjemná a neochotná pomoci. Více studentů se setkalo s chováním, které naznačovalo, že lidé nemají zájem mluvit s cizinci. K českým obyvatelům si tak vytvořili pozitivní i negativní emoční postoje, ve kterých mírně převládaly ty negativní.

5.2.3 Postoje k Ostravě

Studenti byli dotázáni, kde a jaké informace získali o Ostravě před svým příjezdem a také, jaký byl jejich dojem a zkušenost po příjezdu.

Student z Německa věděl o Ostravě mnoho informací, které získával na internetu. Věděl tedy, že dříve bylo město velmi průmyslové. Po vlastní zkušenosti ale řekl, že očekával v Ostravě více lidí. Podle něj je Ostrava velmi prázdné město a vypadá spíše jako více menších měst v jednom. Ostrava na něj působila jako město postavené na příliš velkém území, na kterém ve skutečnosti nežije mnoho lidí, díky čemuž si vytvořil negativní emoční postoj. Podívoval se nad tím, kde jsou lidé. Podle něj to vypadá, jako by lidé kdysi postavili velké město, které ale poté opustili. Také mu připadalo, že Poruba, která je podle něj pěknější, je více centrem než skutečné centrum města, pravděpodobně díky studentům. V Porubě, na rozdíl od centra, nebylo výjimkou, že viděl kavárny i ulice plné lidí.

S touto skutečností souhlasili také ostatní. Studentka ze Slovinska přirovnávala Ostravu k městu duchů. Studentka z Číny zmínila, že většinou viděla více lidí pohromadě pouze v obchodním centru Nová Karolina. V centru města podle ní není tolik obchodů a kaváren, do kterých by se lidé rádi stahovali. Naopak jí ale nevadilo, že v centru města nepotkává tolik lidí, protože města v Číně jsou přelidněná, prázdné ulice jí tak přinášely určitý klid, a ne tolik tlaku a stresu. Přidala tento důvod k těm, díky kterým má Ostravu ráda.

Student z Černé Hory sice slyšel a věděl o České republice hodně informací, o Ostravě ale ne. Věděl pouze, že se jedná o průmyslové město, které není příliš inspirativní, ale stále levnější než ostatní možnosti Erasmu. Myslí si, že Ostrava je pro zahraniční pobyt dobrou volbou. Stejně tak ale zmiňoval, že Ostrava leží na obrovské ploše, na které nežije tolik lidí. Někde dokonce viděl prezentaci, která zmiňovala, že je Ostrava řídce zalidněná. Také narážel na obecné pocity samotných Čechů o Ostravě, které nejsou příliš pozitivní. Hodně lidí se ho dokonce zeptalo, proč si na svůj zahraniční pobyt vybral zrovna Ostravu.

Oba dva studenti z Nizozemí si vytvořili k Ostravě pozitivní emoční postoj jako k příjemnému místu s lidmi, kteří jsou nejprve trochu bez emocí, ale poté přátelští.

Většina zahraničních studentů tedy získávala informace o Ostravě na internetu. Věděli tedy, že se jedná o průmyslové město, ve kterém je stejně jako na většině českého území levně. Na základě získaných informací si tedy vytvořili relativně pozitivní kognitivní postoj. Na základě vlastní zkušenosti si k Ostravě vytvořili pozitivní emoční postoj, ale všichni se shodli

na tom, že v Ostravě žije málo lidí a že to na ně nepůsobilo dobře. Někteří dokonce přirovnávali Ostravu k městu duchů. Město by podle nich potřebovalo více lidí a energie, kavárny plné lidí apod.

Očekávání od Ostravy

Studenti byli dotázáni, zda by našli něco, na co se do Ostravy před svým příjezdem těšili a něco, na co se netěšili a jaká tedy měli od Ostravy očekávání.

Student z Nizozemí se do Ostravy těšil především z důvodu bydlení v kampusu univerzity. Student z Černé Hory se těšil na poznávání nových lidí. Před příjezdem měl ale také pocity z neznáma, díky kterým se na svůj pobyt těšil i netěšil. Na všechno se ale díval z pozitivního hlediska. Student z Nizozemí se těšil především na cestování. Ve své rodné zemi nemá na cestování příliš čas, a proto chtěl v rámci Erasmu cestovat, jak nejvíce mohl. Mimoto se těšil také na odpočinek od rušného života v Nizozemí. Studentky ze Slovinska a Španělska se těšily také na to, že budou žít čtyři měsíce bez rodičů a stanou se tak více samostatnými.

Všichni studenti přijeli do Ostravy velmi pozitivní a nedokázali najít nic, na co by se netěšili. Těšili se především na poznávání nových lidí, bydlení v kampusu, cestování a získání větší samostatnosti. Jejich emoční postoj byl tedy velmi pozitivní.

Doporučení Ostravy známým

Studentka ze Slovinska by Ostravu jako místo zahraničního studijního pobytu doporučila. I když zdejší lidé podle ní nepatří mezi ty nejmilejší, studenti jsou podle ní skvělí a život v Ostravě byl i díky nim velmi svobodný a obohacující.

Stejně tak hodnotili Ostravu student z Německa a studentka ze Španělska. Semestr v Ostravě byl pro ně zábavný, méně se věnovali studiu, a tedy si odpočinuli.

Studentka z Číny hodnotila život v Ostravě také kladně, nebyla si ale jistá, zda by Ostravu doporučila jiným čínským studentům. Studenti z Číny mají totiž jiný sociální život než evropští studenti, nejsou zvyklí bavit se na party apod. Pokud jede čínský student do zahraničí studovat, ohlíží se především na reputaci dané zahraniční univerzity. Záleží tedy, co by daný student hledal a podle toho by se odvíjelo i její doporučení Ostravy.

Stejně tak podle studenta z Nizozemí záleží na tom, co studenti hledají. Pokud chtějí tvrdě studovat a přijmout výzvu, pak by Ostravu nedoporučil. Pokud se chtějí více bavit a mít klidnější studium, pak ano.

Většina studentů si tedy vytvořila k Ostravě pozitivní konativní postoj, díky kterému by Ostravu doporučili jiným studentům.

Studenti byli dále dotázáni, zda by se do Ostravy někdy rádi vrátili a zda by si dokázali představit, že by si v Ostravě našli práci a zůstali ve městě po delší čas.

Studentka ze Slovinska by reálně uvažovala o tom, že by se do České republiky na nějaký čas vrátila pracovat, ne ale do Ostravy. Ostrava pro ni byla úžasná především kvůli lidem, které v ní potkala, a jinému životu, než který by žila ve své rodné zemi. Jinak ale město nemá příliš ráda a nedokázala si představit, že by zde žila. Nechtěla by se do města vrátit, protože už v něm pro ni není nic nového, co by mohla vidět nebo zažít. Stejný názor měla také studentka ze Španělska.

Studentka z Číny uvažuje, že by se do Ostravy vrátila, ale pouze v rámci cestování, pracovat by zde nechtěla. Nicméně zná studenty, kteří si během Erasmu Ostravu oblíbili natolik, že zde zůstali pracovat.

Student z Nizozemí by chtěl spíše zkusit něco jiného, a tudíž příliš neuvažuje o návratu do Ostravy. Pokud by měl možnost vycestovat na další zahraniční pobyt nebo by uvažoval o práci v zahraničí, poohlížel by se po něčem jiném a novém. Samotný Erasmus byl pro něj speciální právě díky novým zážitkům a novému prostředí, a tudíž vrátit se do stejné země nebo dokonce na stejné místo by pro něj nemělo smysl.

Stejně tak se vyjadřoval student z Černé Hory. Podotkl, že jeho vztah k Ostravě není osobní, ale spíše jde o to, že by chtěl zkusit něco jiného. Pokud by mu někdo řekl, že má zůstat v Ostravě i na další semestr, asi by se v první chvíli necítil příliš dobře.

Podle všech studentů Ostrava nežije, ale spí, což je hlavním důvodem negativního postoje, díky kterému jim město příliš nepřiřostlo k srdci. Studentka z Číny navíc zmiňovala, že by město potřebovalo zrekonstruovat, přebudovat a získat lepší image. V samotném centru Ostravy si totiž všimla starých a oprýskaných budov, které na kráse městu opravdu nepřidávají. V tomto ohledu zmiňovala také část města blízko hlavního nádraží. Jako pěknou část označovala okolí obchodního centra Nová Karolina. Podle ní potřebuje Ostrava zlepšení a více energie.

Všichni studenti si vytvořili k životu v Ostravě pozitivní emoční postoj, nevybudovali si ale k městu žádný pevnější vztah. Přesto díky negativnímu konativnímu postoji nikdo ze studentů reálně neuvažuje, že by se do Ostravy vrátili a zůstali zde pár let pracovat. Někteří z nich by pouze chtěli zkusit něco nového, jiní si ale nedokážou představit, že by v Ostravě delší dobu žili. Na tuto skutečnost mělo vliv především to, že Ostrava není příliš inspirativním a energickým městem, ve kterém by rádi trávili svůj čas. Svůj pozitivní postoj k Ostravě si všichni studenti vytvořili především kvůli novým zážitkům a poznávání nových lidí. Jejich pozitivní emoční postoj k Ostravě je tedy založen na samotné podstatě Erasmu, Ostravu jako takovou si ale nikdo z nich příliš neoblíbil.

Nedostatky Ostravy

Studenti byli dotázáni, zda jim v Ostravě během jejich pobytu něco chybělo, popřípadě zda existuje něco, co ve městě není a ocenili by to.

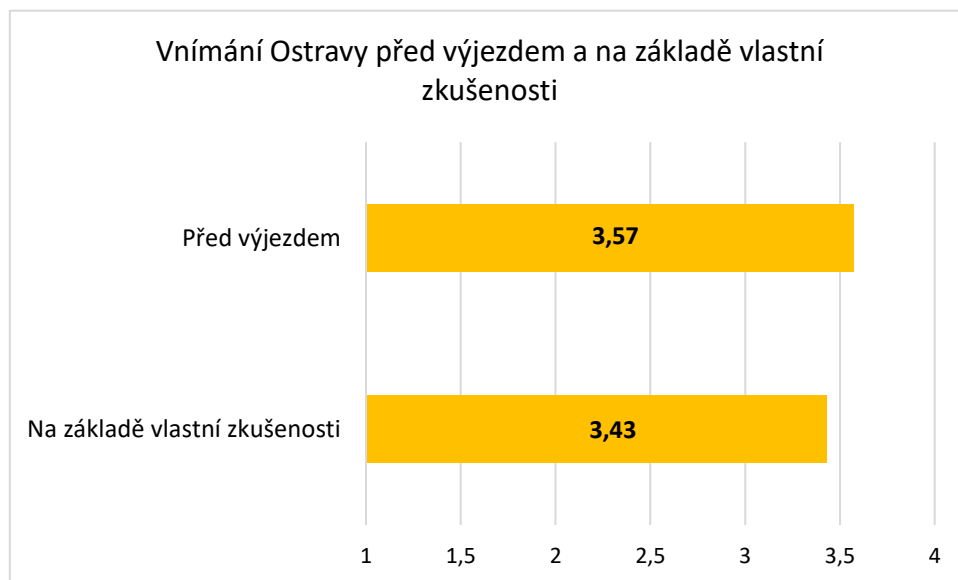
Student z Německa zmínil, že na začátku nedostali mnoho informací o tom, kam by měli jít a jaká místa by měli navštívit. Znali pouze Stodolní a kluby na kolejích v Porubě. V Ostravě mu také chybělo mezinárodní jídlo, v menze, ale i v restauracích se totiž servírují většinou pouze česká jídla, na turecké jídlo ale například mockrát nenarazil. Také mu chyběly kavárny plné mladých lidí a studentů.

Student z Černé Hory také zmiňuje, že by ocenil něco lepšího, než je Stodolní. Stodolní tedy mezi zahraničními studenty nebyla příliš oblíbená.

Studenti by tedy ocenili především více míst, ve kterých by mohli trávit volné večery, jako jsou kluby nebo kavárny.

5.2.4 Celkové vnímání Ostravy

V rámci dotazníku hodnotili studenti celkový dojem z Ostravy na škále od 1 do 7, kde 1 znamenala nejlepší a 7 nejhorší možnou odpověď. Cílem bylo zjistit postoje studentů k Ostravě před výjezdem na základě informací, které získali, a na základě vlastní zkušenosti, kterou získali při pobytu v Ostravě, a poté srovnat, jak moc se jejich postoje změnily.

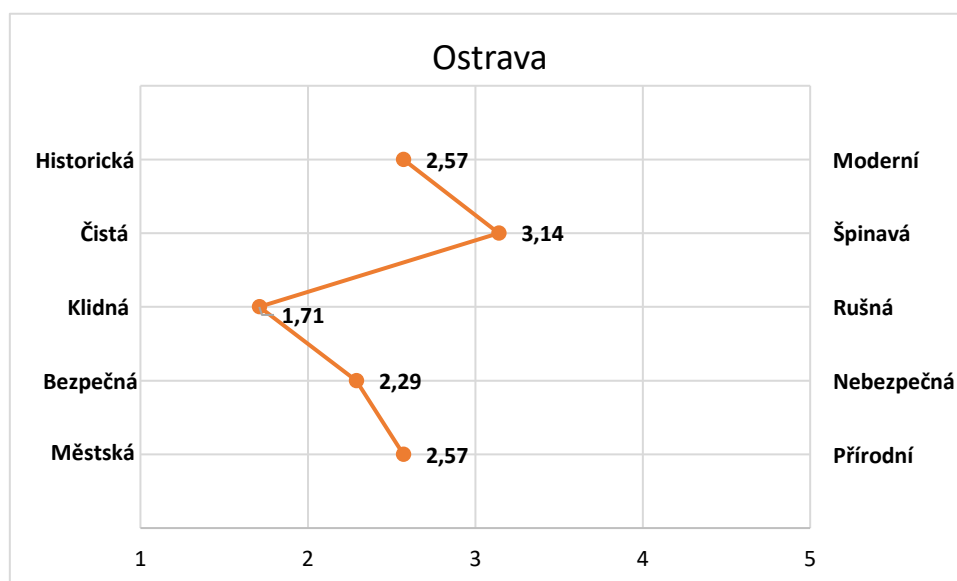


Obr. 5.4: Vnímání Ostravy před výjezdem a na základě vlastní zkušenosti,

Zdroj: vlastní

Z Obr. 5.4 lze vyčíst, že postoje k Ostravě se před a během výjezdu příliš nezměnily. Před výjezdem by studenti přiřadili Ostravě průměrnou známku 3,57. Během pobytu se jejich postoj mírně zlepšil a průměrná známka dosáhla hodnoty 3,43. Znamka se před i během výjezdu pohybuje v pozitivní části škály, můžeme tedy říct, že postoje k Ostravě jsou relativně pozitivní. Znamená to tedy, že si studenti na základě informací, které získávali především na internetu, vytvořili postoj k Ostravě jako k průmyslovému městu a příliš od něj neočekávali. Na základě vlastní zkušenosti se jejich postoj zlepšil i přes to, že přirovnávali Ostravu k měšťt duchů, ve kterém žije málo obyvatel. Na toto mírné zlepšení postoje mohl mít vliv způsob Erasmus života, poznání nových lidí a nové zážitky, které přebily negativní postoje týkající se města.

V rámci dotazníku vyjadřovali studenti své postoje k Ostravě také prostřednictvím sémantického diferenciálu. Cílem bylo vytvořit ucelený obraz vnímání města zahraničními studenty.



Obr. 5.5: Postoje k Ostravě

Zdroj: vlastní

Na Obr. 5.5 můžeme vidět, že Ostrava je zahraničními studenty vnímána spíše jako *historické* než *moderní* město (průměrná známka 2,57). I přestože v Ostravě nenajdeme příliš historických památek, nedá se ani říci, že by měla budovy moderní. V posledních letech se ale pracuje na rekonstrukcích nebo výstavbě nových budov a postupně tak dochází k modernizaci města.

Studenti si vytvořili k Ostravě postoj jako k spíše *špinavému* než čistému městu (průměrná známka 3,14). Ostrava je tak studenty vnímána jako špinavé město, což může být dáno nejen příležitostnými odpadky na ulicích nebo trávnících, ale především v zimních měsících také celkovým laděním města do šedé. Mnoho budov je oprýskaných a umouněných od dopravy na cestách a také od znečištěného ovzduší, což na celkové image města nepřidává.

Ostrava se studentům jevila jako *klidné* město (průměrná známka 1,71), což odpovídá i informacím získaným ve skupinových rozhovorech. V nich studenti často zmiňovali, že město příliš nežije a působí téměř jako město duchů.

Studenti se cítili v Ostravě *bezpečně*, tento protipól hodnotili průměrnou známkou 2,29. Ve většině případů tedy neměli pocit nebezpečí, když se pohybovali v Ostravě v nočních hodinách apod.

Ostravě přisuzovali studenti také spíše *městský* ráz než ten přírodní (průměrná známka 2,57). Znamená to tedy, že se v Ostravě nachází velké množství budov a méně zeleně, která by také mohla působit pozitivně na hodnocení čistoty města.

5.3 Hodnocení zahraničního pobytu

Všichni studenti hodnotili svůj zahraniční pobyt v Ostravě kladně. Tento pozitivní postoj ale přisuzovali především lidem, které v Ostravě poznali a bezstarostnějšímu způsobu studentského života v zahraničí.

Student z Černé Hory byl velmi rád, že v Ostravě čtyři měsíce studoval. Pokud by se ho někdo zeptal, jestli by měl jít studovat do Ostravy, řekl by, že určitě ano. Na pomyslné stupnici dal studiu v Ostravě 8 bodů z 10.

Student z Nizozemí řekl, že je skvělé žít nějakou dobu v zahraničí. Preferuje sice své rodné město, přesto je pro něj Ostrava dobrým místem. Oceňoval také skutečnost, že v rodné zemi žil podle plánu, zatímco v Ostravě se rozhodoval v momentě podle situace.

Na pozitivní postoje ke studijnímu pobytu v Ostravě měl tedy vliv především samotný způsob Erasmus života a lidé, kteří s ním byli spjatí. Ostrava tak byla pouze působištěm a určitým zprostředkovatelem nových zážitků, které by se ale mohly odehrávat téměř kdekoliv. Město tak nebylo klíčovým prvkem, díky kterému byl Erasmus pro zahraniční studenty tak dobrou zkušeností.

5.4 Motivace a benefit studia v zahraničí

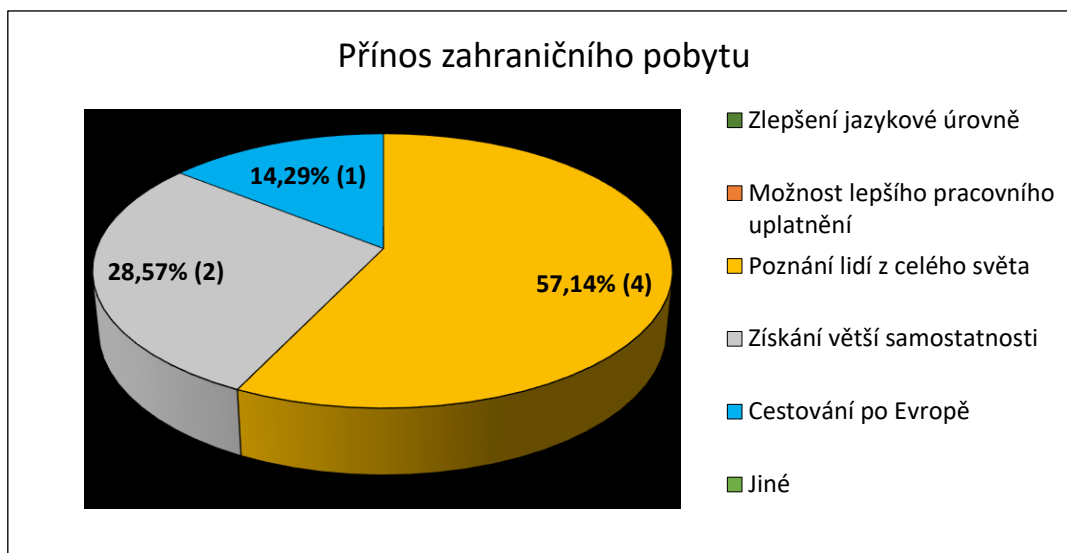
Závěrečná část skupinových rozhovorů se týkala motivace zahraničních studentů ke studiu v zahraničí a také přínosu pobytu v cizí zemi.

Někteří studenti měli studium v zahraničí jako povinnou součást studia (Nizozemí a Černá Hora), jejich motivace ke studiu v zahraničí tedy pocházela především z této skutečnosti. Obecnou motivaci všech studentů ale představovalo získání zkušeností ze zahraničí, studium v angličtině, a tedy zlepšení se v tomto jazyce, a studium se studenty rozdílných kultur.

Mezi největší benefity studia v zahraničí řadí studenti narušení rutiny, ve které žili ve své rodné zemi, cestování, získání nových zážitků, více volného času, osamostatnění se a poznání nových lidí. Například pro studenta z Německa bylo největší výhrou poznání lidí ze zemí,

ze kterých dříve nikoho neznal. Nyní zná lidi z celé Evropy i světa, poznal jejich kulturu a mohl kultury porovnávat. Rozdíly mezi nimi jej stále překvapovaly.

Přínosem zahraničního pobytu se zabývala také otázka v dotazníku, která měla za cíl shrnout přínosy jednotlivých studentů do obecnějších závěrů. Studenti měli na výběr šest možností, přičemž poslední z nich nabízela návrh vlastní možnosti. Studenti měli možnost označit pouze jednu nejvíce vyhovující odpověď.



Obr. 5.6: Největší přínos zahraničního studijního pobytu

Zdroj: vlastní

Na Obr. 5.6 můžeme vidět, že největší přínos svého zahraničního pobytu vidí většina studentů v poznání lidí z celého světa. Tuto možnost označilo 57,14 % studentů, tedy 4 studenti (z Černé Hory, Nizozemska, Číny a Německa). Další nejčastější odpovědí bylo získání větší samostatnosti, kterou zvolilo 28,75 % studentů, tedy 2 studenti (ze Slovinska a Španělska). Možnost cestování po Evropě zvolil pouze jeden student z Číny (14,29 %). Zlepšení jazykové úrovně, možnost lepšího pracovního uplatnění a možnost Jiné nezařadil nikdo ze studentů mezi největší přínosy svého zahraničního pobytu.

Největším benefitem zahraničního pobytu se tak pro studenty stalo poznání lidí z celého světa a z jiných kultur, které jim umožnilo zažít na vlastní kůži rozdíly mezi národnostmi a porozumět jim. Tento přínos je také jedním z hlavních cílů programu Erasmus+ a dalších výměnných programů.

6 Návrhy a doporučení

V této části diplomové práce jsou nastíněny návrhy a doporučení, které by mohly přispět ke změně negativních postojů nejen zahraničních, ale také českých studentů ke studiu na Ekonomické fakultě a VŠB-TUO a také k životu v Ostravě. Návrhy vycházejí z celkového shrnutí výsledků získaných primárním výzkumem s důrazem na negativní postoje.

6.1 Ekonomická fakulta a VŠB-TUO

V momentě, kdy se zahraniční studenti rozhodují o studiu v cizí zemi, začínají sbírat informace o univerzitách. Nejčastěji jim je poskytuje jejich domovská univerzita nebo si zjišťují informace sami na internetu. Důležitou součástí rozhodování jsou také výpovědi studentů, kteří na dané zahraniční univerzitě studovali v předešlých letech. Ekonomická fakulta by tak měla dbát na všeobecnou informovanost o Ekonomické fakultě VŠB-TUO na všech univerzitách, se kterými má podepsanou smlouvu. S tím se váže patřičná komunikace International Office se zahraničními fakultami a vytváření pozitivní postojů například prostřednictvím rychlého vyřizování žádostí a včasných reakcí na dotazy a požadavky. International Office by také měla zajišťovat přiměřenou distribuci graficky moderně vytvořených brožur a letáků s užitečnými informacemi, které by mohly zahraniční univerzity předávat svým studentům.

Stejně tak je velmi důležité, aby fakulta zapracovala na přehlednosti informací, které poskytuje na svých **internetových stránkách**. Jde především o strukturu webových stránek, která je příliš větvená a složitá a díky které si studenti často ještě před svým příjezdem vytvářeli negativní postoje k Ekonomické fakultě. Aby student našel požadované informace, musí v menu rozkliknout velké množství záložek, což může mnoho studentů odradit od samotného hledání informací. Některé informace navíc obsahují neaktualizovaná data. Někteří studenti poukazovali také na to, že před svým příjezdem nevěděli, jestli budou schopni ukončit předměty na Ekonomické fakultě do začátku dalšího semestru na jejich domovské univerzitě a nebyli si tak vůbec jisti průběhem studia na Ekonomické fakultě a jeho vlivem na návrat na domovskou univerzitu. Ekonomická fakulta by tak měla umístit na webové stránky přibližné informace, kdy probíhají zkoušky a také předběžný rozvrh, který by přiblížil studentům jejich čas strávený na fakultě a oni si tak mohli přibližně naplánovat svůj odjezd domů apod.

Pokud studenti získávají informace především od studentů, kteří na VŠB-TUO studovali v předešlých letech, je nutné zapracovat na kvalitní image fakulty tak, aby se šířilo pozitivní word of mouth, které by mělo vliv na tvorbu pozitivních postojů. Tento cíl je ale velmi složitý,

protože požadavky studentů jsou často rozdílné. Někteří hledají kvalitní studium a jiní naopak studium, které jim poskytne velké množství volného času a nepříliš náročné zkoušky. Záleží tedy vždy na úhlu pohledu. Ekonomická fakulta by ale měla zapracovat na **image kvalitní fakulty**, protože zahraniční studenti ji již před příjezdem vnímají jako nepříliš obtížnou.

Velkým problémem je vnímání studia na Ekonomické fakultě jako lehké a nepříliš prestižní také ze strany českých studentů. Takovéto negativní postoje jsou již delší dobu zabudovány v myslích českých studentů, kteří své postoje mohou šířit také mezi zahraniční studenty. Ti si ještě před svým příjezdem vytváří postoj k Ekonomické fakultě jako k fakultě, na které není příliš těžké studovat. Vybudování image kvalitní fakulty je během na dlouhou trať a pracuje se na ní již delší dobu. Podpořit by ji mohlo využívání moderních technik výuky se zaměřením na praktickou stránku věci, kvalitní pedagogii, nabídka specializovaných předmětů a v neposlední řadě také ukončení předmětů soustředujících se na praktickou stránku věci.

Nabídka kurzů v angličtině je podle zahraničních studentů velmi dostačující. Obecným problémem je ale nedostatečná shoda předmětů s předměty, které by měli studenti studovat na své domovské univerzitě. Tento problém se vyskytuje na většině zahraničních univerzit a nastává v okamžiku, kdy student není schopen v zahraničí najít takové předměty, které by adekvátně nahradily předměty v daném semestru na domovské univerzitě. Často se nejedná o velký problém, někdy si ale student musí některé předměty, které nemají odpovídající náhradu v zahraničí, dodělat po návratu do své rodné země. Studium v zahraničí tak pro něj může postrádat smysl a zapříčinit vznik negativních postojů. Cílem Erasmu+ a zemí, které jsou do programu zapojeny, by tak mělo být zajištění takových podmínek, které bez problémů umožňují studovat na zahraniční univerzitě a vytváří plnohodnotnou náhražku za studium na domovské univerzitě. Univerzity by tak spolu měly spolupracovat a vytvářet takové studijní plány, které by umožnily studentům bez problémů studovat v zahraničí.

Pro zahraniční studenty bylo **studium na Ekonomické fakultě** spíše teoretické než praktické. Oceňují sice, že se v průběhu hodin sbírají body za různé úkoly nebo prezentace, ale jinak si vytvořili ke studiu postoj jako až k příliš zaměřenému na teoretické znalosti a umění zapamatovat si. Ke změně tohoto nepříliš pozitivního postoje ke studiu by se Ekonomická fakulta měla snažit upouštět od zápočtů a zkoušek, které se zaměřují výhradně na teoretické znalosti, ale spíše se zaměřit na praktické dovednosti a schopnost aplikovat látku na daný problém.

Ke službám **International Office** si všichni studenti vytvořili relativně pozitivní postoje. Pokud měli nějaký problém, byla ho International Office většinou v krátkém čase schopna vyřešit. Studenti se ale v určitých situacích také setkali s pomalejšími reakcemi, díky kterým se například vyřízení víz táhlo dlouhé týdny. International Office by se tedy měla snažit efektivně řešit žádosti zahraničních studentů, vycházet jim co nejvíce vstříc, a tedy podporovat pozitivní postoje zahraničních studentů. Stejně tak by alespoň v prvních týdnech semestru zahraniční studenti ocenili, kdyby byly úřední hodiny delší a oni by nemuseli na vyřízení dokumentů čekat dlouhou dobu.

Jeden ze studentů také poukazoval na nedostatečné fungování komunikace mezi jeho domovskou univerzitou a VŠB-TUO, kdy mu ani jedna ze stran nebyla schopna podat užitečné informace. International Office by se tak měla zaměřit na poskytování užitečných informací, které by zahraničním studentům byly schopny pomoci a vytvářely u nich pozitivní postoje ke komunikaci.

Na internetových stránkách fakulty lze najít dostatečné množství **informací o Ekonomické fakultě**, většina studentů tyto informace ale intenzivně nevyhledávala. Chybí ale detailnější fotografie fakulty a také interiéru budovy, na základě kterých by si studenti byli schopni vytvořit představu, jak fakulta vypadá. Fotografie umístěné na internetových stránkách jsou malých rozměrů a nelze je zvětšit, navíc jich je velmi málo. Studenti se tak ani nemají jak dozvědět, že fakulta má dvě budovy. Zde by tedy bylo vhodné doplnit informace podávané zahraničním studentům a především vytvořit galerii fotografií exteriéru i interiéru budov, které by bylo možné zvětšit a tedy se na ně podívat detailněji. Samotná hlavní budova fakulty by si zasloužila rekonstrukci, o které se již nějakou dobu mluví. Fakulta by si díky tomu mohla vytvořit lepší image moderní fakulty. Vše by mohlo mít kladný vliv na tvorbu pozitivních postojů při rozhodování zahraničních studentů o studiu v zahraničí.

Všem studentům se nelíbilo **umístění Ekonomické fakulty** v centru města, i přesto, že se kampus univerzity nachází v Porubě. Vadila jim ztráta času dojížděním a také to, že jim připadal studentský život neúplný, protože se v kampusu téměř vůbec nepohybovali a cítili se tak odděleni od jeho života. Vytvářeli si tak negativní postoje, který by bylo možné změnit přemístěním Ekonomické fakulty do kampusu. Přemístění fakulty je ale velkou otázkou, o které se již uvažovalo. Toto rozhodnutí by sice ucelilo studentský život na Ekonomické fakultě, také by ale mělo vliv na život v centru Ostravy, které by tak bylo ještě méně zalidněné, než je nyní.

Všichni studenti kromě jednoho byli **ubytováni na kolejích**. Zjišťování informací a komunikace s ubytovací kanceláří ale nebyly na dobré úrovni. Žádný ze studentů si k ubytovací kanceláři nevytvořil pozitivní postoj, protože jim nebyla schopna podat dostatek informací, někdy měli studenti dokonce potíže s komunikací v angličtině. Někteří studenti si navíc nebyli jisti, zda pokoj na kolejích po svém příjezdu skutečně dostanou. Koleje jsou na webových stránkách ubytovací kanceláře sice zdokumentovány dostatkem fotografií, ty ale opět stejně jako u fotografií Ekonomické fakulty nelze zvětšit, a tak je představa studentů o tom, jak koleje ve skutečnosti vypadají, značně zkreslená. I proto pak dochází k situacím, kdy si studenti po svém příjezdu chtějí pokoj vyměnit za lepší apod. Pokud má student zájem o privátní bydlení, nalezne minimum informací bez jakýchkoli tipů a rad. Ke zmírnění tohoto negativního postoje by se tedy VŠB-TUO měla zaměřit na poskytování podrobných informací o možnostech ubytování (nejen na kolejích, ale také na privátním ubytování) na webových stránkách, ale také prostřednictvím ubytovací kanceláře a její schopnosti komunikovat v angličtině dotazy zahraničních studentů. Stejně tak by mělo být umožněno zvětšování fotografií a tedy jejich detailnější prohlížení. Studenti si také stěžovali na staré a nemoderní vybavení pokojů na kolejích a celkovou zastaralost budov. Rekonstrukce budov by tedy měla být na místě. Jeden ze studentů zmiňoval také kolejní posilovnu, která je otevřena několik hodin denně a vybavení není dostačující. Zde by stačilo prodloužit otevírací dobu a popřípadě nakoupit nové stroje na posilování.

K možnostem **stravování** na Ekonomické fakultě si studenti vytvořili spíše negativní postoj. Jak menza Reální (menza Reální patřící pod Ostravskou univerzitu, kde se ještě do začátku roku 2017 mohli stravovat také studenti Ekonomické fakulty VŠB-TUO, je nyní uzavřena a bude procházet rekonstrukcí), tak bufet na fakultě, jim nevyhovoval kvalitou stravy ani velikostí porce a také typicky českým způsobem stravování (brambory téměř ke všemu, hranolky a smažené jídlo). Ekonomická fakulta by se tedy pro podporu pozitivních postojů měla zaměřit na rozšíření nabídky jídel, přizpůsobení se také náročnějším strávníkům možností výběru mezinárodních jídel a především rozšířením současné podoby fakultního bufetu do větších prostor a tedy vybudování vlastního stravovacího komplexu.

Ze sémantického diferenciálu vyplynulo, že zahraniční studenti vnímali studium na Ekonomické fakultě jako **lehké, teoretické, specializované, moderní a užitečné**. K vytváření pozitivních postojů studentů ke studiu by se tak Ekonomická fakulta měla zaměřit na zkvalitnění studia, větší důraz na praktickou část výuky, nadále podporovat specializaci předmětů, využívat moderní metody výuky a také ji podporovat moderními technologiemi.

6.2 Česká republika a Ostrava

Studenti měli většinou o České republice dostatečné povědomí, a proto se nesnažili získávat příliš dalších informací. Pokud ano, ptali se kamarádů nebo známých, kteří v České republice již dříve studovali. Na webových stránkách univerzity je možné dohledat **informace o Ostravě** a možnostech vyžití v celém regionu. Bylo by ale vhodné doplnit tyto informace o fotografie a také o základní údaje o České republice a hlavních turistických místech, kam by se studenti mohli podívat. Tyto informace by mohly být umístěny také přímo na webových stránkách Ekonomické fakulty, protože většinu informací čekají studenti právě na webu samotné fakulty, na které se chystají studovat. Studenti často vnímali Ostravu před svým příjezdem pouze jako průmyslové město, ve kterém není příliš mnoho k vidění. Proto by na internetových stránkách fakulty a univerzity měly být především takové informace, které by podpořily myšlenku, že je Ostrava atraktivním městem. Vyzdvihnout by se měly možnosti trávení volného času, kulturní a sportovní akce a další. Tímto by se mohly podpořit pozitivní postoje zahraničních studentů k Ostravě a mohl by se tak zvýšit jejich zájem v Ostravě studovat.

Obecným problémem, se kterým se setkali všichni studenti, je **neznalost angličtiny** u starší věkové generace Čechů. Pokud lidé neuměli anglicky, mnohdy ani nebyli ochotní jakkoliv pomoci. Problém s anglickým jazykem se vyskytoval také mezi pracovníky kolejí. Základem pozitivních postojů zahraničních studentů při jejich pobytu v Ostravě je přitom bezproblémové vyřízení jejich ubytování a příjemný pocit z komunikace s jejich pracovníky. Bylo by tedy vhodné nabídnout pracovníkům kolejí, kteří nejčastěji přicházejí do styku se zahraničními studenty, kurzy angličtiny. Tak by nemuselo docházet k problémům při vyřizování různých záležitostí.

Všichni studenti podotkli, že na to, jak je Ostrava velkým městem, v ní žije málo lidí. V centru města není výjimkou jít po setmění a téměř nikoho nepotkat a ani kavárny a obchody v centru podle nich nevyhledává tolik lidí. Tento problém byl hlavní příčinou vzniku negativních postojů studentů k Ostravě. Obecně známým faktem je v Ostravě to, že místo náměstí se stalo pomyslným centrem města obchodní centrum Nová Karolina. V něm se shlukují skupiny lidí, ať už za nákupem nebo odpolední kávou. K odstranění těchto negativních postojů by tak měla být cílem snaha o navrácení života do skutečného centra města, čemuž by mohli pomoci čeští studenti a studentské organizace prostřednictvím pořádání různých akcí apod.

Z výzkumu vyplynulo, že zahraniční studenti si neoblíbili Ostravu natolik, že by se do ní chtěli pravidelně vracet nebo zde dokonce zůstat na delší dobu a začít ve městě například pracovat. K Ostravě si žádný z nich nevybudoval příliš pevný vztah. Vliv na tuto skutečnost mělo především to, že Ostrava podle nich není příliš inspirativním a energickým městem, ve kterém by chtěli žít, navíc podle nich město nežije, ale spí. Na tvorbě pozitivních postojů k jejich pobytu v Ostravě se podílelo především poznávání nových lidí a získávání nových zážitků. Město by podle nich navíc potřebovalo na mnoha místech **zrekonstruovat**, samotné centrum hyzdí rozpadlé budovy a vzniká tak určitá absurdita, kdy kousek od moderního obchodního centra leží budovy vhodné k demolici. Město si tak nevytváří příliš dobrou image, kterou by šlo postupně měnit úpravami vzhledu centra, rekonstrukcí budov, podporou výsadby nových stromů apod. Město by se také pomocí studentů mohlo stát inspirativnějším a živějším, plným energie, která by pozitivně působila na postoje zahraničních studentů.

Prostor ke zlepšení viděli studenti také v tom, že na začátku semestru nedostali mnoho informací, kam by měli jít a jaká místa by měli navštívit. Studenti by ocenili především více míst jako jsou kluby nebo kavárny, kde by mohli trávit volné večery. Studentům by tak mohly být poskytovány informace o místních specializovaných restauracích, kavárnách a klubech v centru města a na jiných místech, než jen na Stodolní a v kampusu v Porubě.

Z výzkumu vyplynulo, že zahraniční studenti vnímali Ostravu jako **historickou, špinavou, klidnou, bezpečnou a městskou**. Negativním postojem je především to, že je Ostrava špinavá. Tento postoj mohly způsobovat příležitostné odpadky na ulicích nebo trávnících, oprýskané a umouněné budovy v centru města apod. Pro zlepšení postojů v tomto směru by mělo město více dbát na čistotu města, zrekonstruovat budovy, které to nejvíce potřebují, vysazovat novou zeleň apod.

Všichni studenti hodnotili svůj zahraniční pobyt v Ostravě kladně. Na toto kladné **hodnocení studijního pobytu** v Ostravě měl ale především vliv samotný způsob Erasmus života a lidé, kteří s ním byli spjatí, a tedy ne město jako takové. Ostrava tak byla pouze působištěm a určitým zprostředkovatelem nových zážitků, které by se ale mohly odehrávat téměř kdekoli. K podpoře pozitivních postojů k Ostravě by se mohlo využít především potenciálu Ostravy jako studentského města. ESN VŠB-TUO by mělo nadále pořádat různé akce a výlety pro zahraniční studenty a pomáhat jim zejména při jejich začátcích v Ostravě. Zahraniční studenti by se také mohli prostřednictvím ESN zapojit do studentských organizací, měla by se podporovat jejich účast na studentských i mimo studentských akcích a čeští studenti by se jim měli snažit odkrýt Ostravu hlouběji tak, aby ji blíže poznali a oblíbili si ji – tedy zavést

je například do stylových kaváren nebo restaurací jako je Maryčka v Dolní oblasti Vítkovice, belgická kavárna La Petite Conversation, Polívkárna a další. Stejně tak by mohli být studenti informováni o možnosti příjemně stráveného času v Komenského sadech, které leží v těsné blízkosti Ekonomické fakulty, nebo o možnosti sportovat v Trojhalí nedaleko obchodního centra Nová Karolina a mnoho dalších.

7 Závěr

Cílem této diplomové práce byla identifikace postojů zahraničních studentů ke studiu na Ekonomické fakultě VŠB-TUO a k pobytu v Ostravě, jejich analýza a odhalení negativních postojů ke studiu na Ekonomické fakultě a k pobytu v Ostravě.

Pro získání primárních dat byl využit marketingový výzkum metodou focus groups se zahraničními studenty Ekonomické fakulty a také krátkého dotazníkového šetření. V následné analýze získaných dat byly zjištěny pozitivní i negativní postoje zahraničních studentů k různým aspektům studia na Ekonomické fakultě VŠB-TUO a k pobytu v Ostravě. Na základě výsledků výzkumu byly následně nastíněny návrhy a doporučení, které by mohly vést ke zlepšení postojů zahraničních studentů ke studiu na Ekonomické fakultě a také k celkovému zlepšení jejich pobytu v Ostravě.

Mezi nejčastější příčiny pozitivních postojů zahraničních studentů patřila nabídka kurzů v angličtině, specializovanost a užitečnost moderního způsobu výuky. Na kladné hodnocení studijního pobytu v Ostravě měl vliv především samotný způsob Erasmus života, poznávání nových lidí a míst, získávání nových zkušeností a zážitků a cestování po Evropě. Největším přínosem zahraničního pobytu bylo pro studenty poznávání nových kultur, které jim umožnilo vnímat rozdíly mezi jednotlivými národnostmi a porozumět jim.

Mezi nejčastější příčiny negativních postojů zahraničních studentů patřila nepřehlednost internetových stránek univerzity a fakulty, umístění Ekonomické fakulty v centru města, zatímco ostatní fakulty a koleje leží v kampusu univerzity v Porubě, zastaralost kolejí, neznalost angličtiny především starších obyvatel České republiky nebo prázdné ulice Ostravy.

V návrzích a doporučeních byly nastíněny možné způsoby řešení oblastí, ke kterým se vázaly negativní postoje zahraničních studentů. Úpravou struktury internetových stránek univerzity a fakulty by bylo možné docílit větší přehlednosti a informovanosti zahraničních studentů nejen o studiu, ale také o Ostravě a České republice. Informace by měly být doplněny také dostatkem fotografií, na základě kterých by si zahraniční studenti byli schopni vytvořit reálnou představu o Ekonomické fakultě. Zamyslet by se mohla fakulta také nad přemístěním výuky do kampusu univerzity, které by propůjčilo nejen zahraničním, ale také českým studentům lepší zázemí ke studiu a studentskému životu. Stejně tak by mohla univerzita investovat do rekonstrukce alespoň nejstarších budov kolejí, což by zajisté ocenili nejen zahraniční studenti. Město Ostrava označovali zahraniční studenti jako město duchů, které by

navíc na mnoha místech potřebovalo rekonstrukci. Podle studentů Ostrava nežije a je bez energie. Ke zlepšení této image by mohlo pomoci větší zapojení studentských organizací při tvorbě kulturních a dalších událostí v Ostravě.

Návrhy a doporučení by mohly v budoucnu zlepšit postoje zahraničních i českých studentů ke studiu na Ekonomické fakultě a k Ostravě, zkvalitnit image fakulty a celkově zpříjemnit studentský život.

Seznam použité literatury

Knížní zdroje

- [1] BÁRTOVÁ, H., V. BÁRTA a J. KOUDELKA. *Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum*. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.
- [2] DE LEEUW, Astrid, et al. Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*. Volume 42, 2015.
- [3] EUROPEAN COMMISSION. *Erasmus – Changing lives, opening minds for 25 years*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012. ISBN 978-92-79-21336-6.
- [4] KANUK, Leslie a Leon G. SCHIFFMAN. *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
- [5] KARDES, R. F., CRONLEY, L. M. a T. W. CLINE. *Consumer Behavior*. Mason: South-Western Cengage Learning, 2011. 421 p. ISBN 978-0-538-74540-6.
- [6] KOUDELKA, Jan. *Spotřební chování*. Praha: Oeconomica, 2010. 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1.
- [7] KOUDELKA, Jan. *Spotřební chování a segmentace trhu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006. ISBN 80-86730-01-8.
- [8] LANGE, P. A. M. Van., A. W. KRUGLANSKI a E. T. HIGGINS. *Handbook of Theories of Social Psychology*. London: SAGE, 2012. 528 s. ISBN 978-0-85702-960-7.
- [9] MISHRA, D., AKMAN, I. a MISHRA, A. Theory of Reasoned Action application for Green Information Technology acceptance. *Computers in human behavior*. Volume 36, 2014.
- [10] TELCI, E. E., C. MADEN a D. KANTUR. The theory of cognitive dissonance: A marketing and management perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Volume 24, 2011.
- [11] VYSEKALOVÁ, Jitka et al. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství “černé skříňky”*. Praha: Grada, 2011. 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3.

Internetové zdroje

- [12] DŮM ZAHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE. *CEEPUS*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.dzs.cz/cz/ceepus/>
- [13] ERASMUS+. *O programu*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/o-programu/>
- [14] ERASMUS+. *Projekty mobility osob*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/projekty-mobility-osob/>
- [15] ERASMUS+. *Projekty mobilit osob/Vysokoškolské vzdělávání*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/mobilita-osob-vysokoskolske-vzdelavani/>
- [16] ERASMUS+. *Projekty mobilit osob/Vysokoškolské vzdělávání: Pro studenty*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/mobilita-osob-vysokoskolske-vzdelavani/pro-studenty/>
- [17] ERASMUS+. *Projekty mobilit osob/Vysokoškolské vzdělávání: Statistiky*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/mobilita-osob-vysokoskolske-vzdelavani/statistiky/>
- [18] ERASMUS15let: Staň se Erasmus patronem. *Historie programu Erasmus*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://erasmus15let5.webnode.cz/erasmus/>
- [19] ESN VŠB-TU OSTRAVA. *About us*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.esnvsb.cz/?q=about-us>
- [20] EVROPSKÁ KOMISE. *Zastoupení v České republice*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/czech-republic/news/170126_erasmus_slavi_30 let_rekordni_ucast_cs
- [21] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Application and study for Erasmus+ (Exchange) students*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/exchange-students/erasmus/exchange-students/>
- [22] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Exchange students*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/exchange-students/>

[23] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Exchange students with bilateral agreements*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/exchange-students/exchange-students-with-bilateral-agreements/>

[24] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Erasmus students*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/exchange-students/erasmus/>

[25] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Freemover students*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/exchange-students/freemover-students/>

[26] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *International students at the Faculty of Economics*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/students/>

[27] FACULTY OF ECONOMICS: VSB – TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA. *Study programmes for degree international students*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/en/students/degree-students/>

[28] INTERNATIONAL OFFICE EKONOMICKÁ FAKULTA. *Partnerské univerzity*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/cs/studenti/partnerske-univerzity/>

[29] MINISTERSTVO ŠKOLY, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *CEEPUS*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/mezinarodni-vztahy/ceepus>

[30] MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Klíčové aktivity programu Erasmus+*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/mezinarodni-vztahy/klicove-aktivity-programu-erasmus>

Elektronické dokumenty

[31] EKONOMICKÁ FAKULTA. VŠB – Technická univerzita Ostrava: Výroční zpráva 2015. [online]. [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: https://www.ekf.vsb.cz/export/sites/ekf/cs/o-fakulte/rozvoj/vyrocni-zpravy/dokumenty/VZ_EkF_2015.pdf

[32] EUROPEAN COMMISSION. *Erasmus+: The EU programme for Education, Training, Youth and Sport 2014-2020*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z:

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/sites/erasmusplus/files/erasmus-plus-in-detail_en.pdf

[33] EUROPEAN COMMISSION. Erasmus+: The EU programme for *Education, Training, Youth and Sport 2014-2020*. [online]. [cit. 2017-02-27]. Dostupné z:

http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/sites/erasmusplus/files/library/erasmus-plus-factsheet_en.pdf

Seznam zkratek

EkF	Ekonomická fakulta
ESN	Erasmus Student Network
EU	Evropská unie
MS	Microsoft
VŠB-TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 21.4. 2017

V. Šmajstlová

.....
Viktorie Šmajstlová

Seznam příloh

Příloha č.1: Scénář focus group

Příloha č.2: Dotazník

Příloha č.3: Scénář focus group v anglickém jazyce

Příloha č.4: Dotazník v anglickém jazyce

Příloha č.5: Tabulky statistik

Příloha č. 1: Scénář focus group

Zahájení skupinové diskuze

- Uvítání účastníků skupinové diskuze, představení moderátora, žádost o povolení audio záznamu.
- Představení tématu, významu a cílů diskuze.
- Přiblížení průběhu, délky diskuze a pravidel skupinového rozhovoru.

Ekonomická fakulta a VŠB-TUO

- Kde a jaké informace jste získali o VŠB-TUO a EkF před Vaším výjezdem?
- Kde jste před výjezdem získávali informace o nabídce předmětů pro zahraniční studenty? Myslíte si, že je dostačující?
- Co jste věděli o obtížnosti studia na EkF před Vaším výjezdem? Kde jste dané informace získali? Jak byste nyní srovnali obtížnost výuky na EkF a na Vaší domovské univerzitě?
- Jak jste vnímali zázemí EkF (umístění, exteriér, interiér) před Vaším výjezdem na základě fotografií a informací, které jste získali? Jak jej vnímáte nyní?
- Co jste věděli o odlišnosti výuky na EkF ve srovnání s Vaší domovskou univerzitou? Jaká je nyní Vaše zkušenost (méně/více praktická, menší/větší zapojení studentů, nároky na studenty, ...)?
- Jak na Vás působila komunikace a informace podávané International Office před Vaším výjezdem? Jak vnímáte služby International Office nyní?
- Kde jste získávali informace o možnostech ubytování a stravování v Ostravě před Vaším výjezdem? Jaká je Vaše zkušenost oproti očekávání?

Česká republika a Ostrava

- Podle čeho jste si vybírali cílovou zemi a cílové město? Byla Česká republika Vaší první volbou?
- Kde a jaké informace jste získali o České republice před Vaším výjezdem? Jaký je nyní Váš dojem a zkušenost?
- Kde a jaké informace jste získali o Ostravě před Vaším výjezdem? Jaký je nyní Váš dojem a zkušenost?
- Jak jste vnímali Čechy před Vaším výjezdem? Jak je vnímáte nyní?
- Existuje něco, na co jste se na základě získaných informací a dojmů těšili? Jak danou situaci vnímáte nyní, tzn. splnila se Vaše očekávání?

- Existuje něco, na co jste se na základě získaných informací a dojmů netěšili? Jak danou situaci vnímáte nyní, tzn. potvrdily se Vaše obavy?
- Doporučili byste svým známým Ostravu jako destinaci pro jejich Erasmus+ (popř. jiný program)?
- Uvažujete, že byste se do Ostravy někdy vrátili? Pokud byste měli možnost vyjet na Erasmus+ (popř. jiný program) ještě jednou, uvažovali byste znovu o České republice? Napadlo Vás, že byste se do České republiky vrátili a zůstali zde např. několik let pracovat?
- Naleznete něco, co Vám v Ostravě chybí a co byste zde ocenili?
- Jak byste celkově ohodnotili Váš pobyt v Ostravě?

Přínos zahraničního pobytu

- Jaká byla Vaše motivace k výjezdu na Erasmus+ (popř. jiný program)?
- V čem vidíte největší přínos Vašeho zahraničního pobytu?

Závěr

- Shrnutí diskuze, poděkování za účast a sdělení informací o dostupnosti výsledků.

Příloha č. 2: Dotazník

1. Z jakého důvodu jste si vybrali pro svůj zahraniční studijní pobyt Ostravu?

Označte prosím jen jednu možnost.

- a) Nabídka předmětů
- b) Srdce Evropy – výhodný výchozí bod pro cestování
- c) Doporučení kamarádů
- d) Ekonomická situace České republiky (relativně levnější produkty a služby)
- e) Jiné (uved'te)

2. Jak byste ohodnotili celkový dojem, který na Vás Ostrava udělala (na základě získaných informací před výjezdem)? Ohodnoťte na stupnici od 1 do 7 (1 = nejlepší, 7 = nejhorší).

1 2 3 4 5 6 7

3. Jak byste ohodnotili celkový dojem, který na Vás Ostrava udělala (na základě vlastní zkušenosti)? Ohodnoťte na stupnici od 1 do 7 (1 = nejlepší, 7 = nejhorší).

1 2 3 4 5 6 7

4. Jak byste ohodnotili celkový dojem, který na Vás Ekonomická fakulta udělala (na základě získaných informací před výjezdem)? Ohodnoťte na stupnici od 1 do 7 (1 = nejlepší, 7 = nejhorší).

1 2 3 4 5 6 7

5. Jak byste ohodnotili celkový dojem, který na Vás Ekonomická fakulta udělala (na základě vlastní zkušenosti)? Ohodnoťte na stupnici od 1 do 7 (1 = nejlepší, 7 = nejhorší).

1 2 3 4 5 6 7

6. V čem vidíte největší přínos Vašeho zahraničního pobytu? Označte prosím jen jednu možnost.

- a) Zlepšení jazykové úrovně
- b) Možnost lepšího pracovního uplatnění
- c) Poznání lidí z celého světa
- d) Získání větší samostatnosti
- e) Cestování po Evropě

f) Jiné (uved'te)

7. Jak na Vás působí Ostrava? Ohodno'te na škále od 1 do 5.

Historická	1	2	3	4	5	Moderní
Čistá	1	2	3	4	5	Špinavá
Klidná	1	2	3	4	5	Rušná
Bezpečná	1	2	3	4	5	Nebezpečná
Městská	1	2	3	4	5	Přírodní

8. Jak na Vás působí studium na EkF? Ohodno'te na škále od 1 do 5.

Náročné	1	2	3	4	5	Lehké
Praktické	1	2	3	4	5	Teoretické
Obecné	1	2	3	4	5	Specializované
Tradiční	1	2	3	4	5	Moderní
Užitečné	1	2	3	4	5	Neužitečné

9. Jaké je Vaše pohlaví?

- a) Muž
- b) Žena

10. Jaká je Vaše národnost?

.....

Příloha č. 3: Scénář focus group v anglickém jazyce

Launching of focus group

- Welcoming the participants of focus group, introducing the moderator of discussion, requesting for permission of audio record.
- Introduction of theme, importance and targets of discussion.
- Introduction of course, length and rules of discussion.

Economic faculty and VŠB-TUO

- Where and which information did you get about VŠB-TUO and Economic faculty before your arrival to Ostrava?
- Where did you get information about offered courses for foreign students before your mobility? Do you think it is sufficient?
- What did you know about difficulty of studying at Economic faculty before your mobility? Where did you get these information? And how would you compare difficulty of studying here in comparison with your home university now?
- How did you perceive background facilities (location, exterior, interior) of Economic faculty before your mobility on the base of information you got and photographs you saw? How do you perceive it now?
- What did you know about differences of studying at Economic faculty in comparison with your home university? What experience do you have now (more/less practical, more/less involvement of students, requirements, ...)
- How did you perceive communication and information provided by International Office of Economic faculty before your mobility (sufficient, clear, ...)? How do you perceive it now?
- Where did you get information about options for accommodation and eating in Ostrava before your mobility? What experience do you have now?

The Czech Republic and Ostrava

- According to what did you choose your Erasmus destination and city? Was the Czech Republic your first choice?
- Where and how did you get information about the Czech Republic before your mobility? What is your experience and impression of the Czech Republic now?

- Where and how did you get information about Ostrava before your mobility? What is your experience and impression of Ostrava now?
- How did you perceive Czech people before your mobility? How do you perceive them now?
- Do you find something for what you was looking forward on the base of information you get before your mobility? How do you perceive it now? Did it meet your imaginatios?
- Do you find something for what you wasn't looking forward on the base of information you get before your mobility? How do you perceive it now? Did it meet your concerns?
- Would you recommend Ostrava as Erasmus destination to your friends?
- Do you consider coming back to Ostrava one day? If you have another possibility to go on Erasmus (or another programme) once more, would you consider the Czech Republic again? Would you come back to the Czech Republic and stay here for some years for work?
- Do you find something that you miss in Ostrava and you would appreciate it here?
- How would you evaluate your stay in Ostrava?

Benefit of your studying abroad

- What was your motivation to study abroad?
- What do you see as the biggest benefit of your Erasmus stay?

Conclusion

- Summary of the discussion, appreciating participation of guests and providing the information about availability of outcomes.

Příloha č. 4: Dotazník v anglickém jazyce

1. Why did you choose Ostrava for your studying abroad? Please choose only one option.

- a) Offered courses
- b) Ostrava in the heart of the Europe as initial point for travelling
- c) Recommendations of friends
- d) Economic situation of the Czech Republic (relatively cheaper products and services)
- e) Other (please indicate)

2. How would you evaluate overall impression that Ostrava did on you (on the base of obtained information before your mobility)? Please evaluate it on the scale from 1 to 7 (1=the best, 7=the worst).

1 2 3 4 5 6 7

3. How would you evaluate overall impression that Ostrava did on you (on the base of your own experience)? Please evaluate it on the scale from 1 to 7 (1=the best, 7=the worst).

1 2 3 4 5 6 7

4. How would you evaluate overall impression that Economic faculty did on you (on the base of obtained information before your mobility)? Please evaluate it on the scale from 1 to 7 (1=the best, 7=the worst).

1 2 3 4 5 6 7

5. How would you evaluate overall impression that Economic fakulty did on you (on the base of your own experience)? Please evaluate it on the scale from 1 to 7 (1=the best, 7=the worst).

1 2 3 4 5 6 7

6. What is the biggest benefit of your stay abroad? Please choose only one option.

- a) Improvement of language
- b) The possibility of better job opportunities
- c) Meeting people from all over the world
- d) Being more independent
- e) Travelling over the Europe
- f) Other (please indicate)

7. How do you perceive Ostrava? Evaluate on the scale from 1 to 5.

Historical	1	2	3	4	5	Modern
Clean	1	2	3	4	5	Dirty
Calm	1	2	3	4	5	Busy
Safe	1	2	3	4	5	Dangerous
Urban	1	2	3	4	5	Natural

8. How do you perceive studying at Economic faculty? Evaluate on the scale from 1 to 5.

Difficult	1	2	3	4	5	Easy
Practical	1	2	3	4	5	Theoretical
General	1	2	3	4	5	Specialized
Traditional	1	2	3	4	5	Modern
Useful	1	2	3	4	5	Useless

9. Your gender?

- c) Male
- d) Female

10. Your natinaonality?

.....

Příloha č. 5: Tabulky statistik

Tab.1: Zahraniční studenti studující na EkF VŠB-TUO v zimním semestru 2016/2017 dle země původu

Akademický rok	Erasmus	Bilaterální dohody	Celkem
1998/1999	2	2	4
1999/2000	8	0	8
2000/2001	4	1	5
2001/2002	7	6	13
2002/2003	7	3	10
2003/2004	9	7	16
2004/2005	18	7	25
2005/2006	24	5	29
2006/2007	26	5	31
2007/2008	46	6	52
2008/2009	40	11	51
2009/2010	61	18	79
2010/2011	62	16	78
2011/2012	48	32	80
2012/2013	73	57	130
2013/2014	85	79	164
2014/2015	96	79	175
2015/2016	101	92	193

Zdroj: [26], vlastní zpracování

Tab. 2: Vývoj počtu zahraničních studentů na EkF

Erasmus+	Počet	Procenta	Bilaterální dohody	Počet	Procenta
Španělsko	21	15,56 %	Čína	58	42,96 %
Turecko	10	7,41 %	Korea	5	3,70 %
Polsko	5	3,70 %	Taiwan	3	2,22 %
Portugalsko	5	3,70 %	Írán	2	1,48 %
Ukrajina	5	3,70 %	Japonsko	2	1,48 %
Nizozemí	3	2,22 %	Maroko	1	0,74 %
Belgie	2	1,48 %	Singapur	1	0,74 %
Německo	2	1,48 %	Sýrie	1	0,74 %
Řecko	2	1,48 %			
Černá Hora	2	1,48 %			
Slovinsko	2	1,48 %			
Francie	1	0,74 %			
Velká Británie	1	0,74 %			
Slovensko	1	0,74 %			
Celkem	61	45,19 %	Celkem	73	54,81 %

Zdroj: [26], vlastní zpracování

Tab. 3: Počet vyjíždějících českých studentů dle cílových zemí v roce 2014/2015

	Studijní pobyt	Pracovní stáž	Celkem
Německo	1 013	264	1 277
Francie	604	155	759
Španělsko	578	173	751
Velká Británie	375	229	604
Finsko	420	39	459
Portugalsko	410	48	458
Rakousko	301	107	408
Belgie	260	111	371
Itálie	278	81	359
Turecko	262	31	293
Nizozemí	199	70	269
Švédsko	229	30	259
Polsko	201	37	238
Řecko	199	30	229
Slovinsko	201	18	219
Norsko	197	21	218
Dánsko	129	26	155
Litva	131	2	133
Slovensko	64	65	129
Irsko	92	36	128
Estonsko	117	6	123
Maďarsko	66	15	81
Chorvatsko	57	5	62
Malta	11	44	55
Lotyšsko	50	1	51
Kypr	36	9	45
Bulharsko	26	9	35
Island	22	10	32
Rumunsko	14	5	19
Lucembursko	5	3	8
Lichtenštejnsko	7	0	7
Makedonie	1	2	3
Švýcarsko	0	0	0

Zdroj: [17], vlastní zpracování

Tab. 4: Počet přijíždějících studentů do ČR dle zemí původu v roce 2014/2015

	Studijní pobyt	Pracovní stáž	Celkem
Španělsko	879	193	1 072
Francie	859	163	1 022
Slovensko	424	497	921
Turecko	618	103	721
Polsko	522	193	715
Německo	556	103	659
Portugalsko	390	58	448
Itálie	341	82	423
Řecko	258	45	303
Litva	185	43	228
Finsko	201	12	213
Velká Británie	150	34	184
Nizozemí	150	19	169
Belgie	139	18	157
Slovinsko	125	13	138
Rakousko	100	15	115
Bulharsko	93	9	102
Chorvatsko	84	17	101
Rumunsko	82	19	101
Švédsko	88	5	93
Maďarsko	67	22	89
Dánsko	51	28	79
Lotyšsko	54	24	78
Estonsko	60	16	76
Irsko	53	1	54
Norsko	29	0	29
Malta	12	2	14
Island	10	1	11
Lucembursko	9	0	9
Kypr	5	3	8
Makedonie	5	1	6
Lichtenštejnsko	2	0	2
Švýcarsko	0	0	0

Zdroj: [17], vlastní zpracování